

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт журналистики

Кафедра зарубежной журналистики и литературы

**МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА-2015**  
**Формирование информационного пространства партнерства**  
**от Владивостока до Лиссабона и медиа**

Материалы

IV Международной научно-практической конференции

Минск, 19 февраля 2015 г.

Минск  
Издательский центр БГУ  
2015

УДК 070(100)(06)  
ББК 76.0(0)я431  
М43

Рекомендовано  
Ученым советом Института журналистики БГУ  
9 января 2015 г., протокол № 4

Составитель  
*Б. Л. Залесский*

Рецензенты:  
доктор исторических наук профессор *И. И. Саченко*;  
доктор исторических наук профессор *О. Г. Слука*

Под общей редакцией  
доктора филологических наук профессора *Т. Н. Дасаевой*

**Международная журналистика-2015: формирование информационного пространства партнерства от Владивостока до Лиссабона и медиа : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19 февр. 2015 г. / сост. Б. Л. Залесский; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой. – Минск : Изд. центр БГУ, 2015. – 350 с. ISBN 978-985-553-264-5.**

Сборник предлагает результаты исследований теоретиков и практиков международной журналистики по разнообразным направлениям деятельности белорусских и зарубежных СМИ. На богатом фактическом материале с использованием современных научных подходов анализируются особенности развития международного сегмента журналистики, направленного на формирование информационного пространства партнерства от Владивостока до Лиссабона.

УДК 070(100)(06)  
ББК 76.0(0)я431

ISBN 978-985-553-264-5

© БГУ, 2015  
© РУП «Издательский центр БГУ», 2015

**УЧАСТНИКАМ ЧЕТВЕРТОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ  
«МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА-2015:  
ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА  
ПАРТНЕРСТВА ОТ ВЛАДИВОСТОКА ДО ЛИССАБОНА  
И МЕДИА»**

*Уважаемые коллеги!*

*В четвертый раз кафедра зарубежной журналистики и литературы Института журналистики проводит Международную научно-практическую конференцию «Международная журналистика-2015: формирование информационного пространства партнерства от Владивостока до Лиссабона и медиа». Ежегодные встречи в Минске представителей научного и журналистского сообщества свидетельствуют, что становление традиционной площадки для общения ученых и практиков состоялось: конференция является заметным событием в журналистской науке, способствует обмену мнениями между учёными различных стран, поддержанию и укреплению связей между наукой и практикой.*

*Тема сегодняшней встречи выбрана не случайно: в условиях глобализации информационной сферы роль международной журналистики значительно возросла, приобрела особую важность в установлении взаимопонимания и доверия между народами.*

*Республика Беларусь, как и большинство европейских стран, нацелена на сотрудничество и партнерство с соседями по континенту, как ближайшими, так и дальними. Наша страна проводит неизменную миролюбивую политику, развивает и укрепляет международные информационные, культурные, научные, экономические связи. Эти подходы зафиксированы в ряде документов, не раз озвучивались Главой государства.*

*Наличие доброй воли, нацеленность на взаимодействие, позволяет нам строить эффективное взаимовыгодное сотрудничество во всех сферах, в том числе – информационно-коммуникационной, с теми государствами, которые имеют такие же цели и подходы.*

*Полагаю, что обсуждение учеными и практиками медиа актуальных вопросов международной журналистики, тенденций и перспектив ее развития, профессиональных задач, обмен мнениями и результатами исследований позволит внести свой вклад в развитие медийного сотрудничества на нашем континенте.*

*От имени Белорусского союза журналистов и от себя лично поздравляю всех участников с началом работы конференции, желаю крепкого здоровья, успехов в научно-исследовательской работе и практической деятельности. Всего Вам самого наилучшего!*

**Анатолий Лемешенок,**  
председатель Белорусского союза журналистов,  
главный редактор газеты "Рэспубліка"

## НА ПУТИ К КОНСОЛИДАЦИИ

*Проведение 4-й Международной конференции «Международная журналистика – 2015: формирование информационного пространства партнерства от Владивостока до Лиссабона и медиа», кафедрой зарубежной журналистики и литературы Института журналистики БГУ, продиктовано научно-исследовательской темой, выполняемой коллективом кафедры: «Трансформация журналистики СНГ на этапе становления взаимодействия Евразийского экономического и Европейского союзов в условиях глобализации мирового информационного и коммуникационного пространства».*

*Такая формулировка позволяет участникам конференции – представителям вузовской науки Беларуси, России, Казахстана, Украины, Польши – обратиться к широкому аспекту актуальных вопросов международной журналистики, наметить перспективы ее развития и пути плодотворного сотрудничества в медийной сфере.*

*Научная дискуссия будет проходить по нескольким тематическим направлениям: международная журналистика в контексте информационного обмена, опыт и новации зарубежной журналистики, международная журналистика и интернет. Кроме того, будет затронуты вопросы журналистского образования, профессиональной этики, рекламы, трансформации жанров современной журналистики и др.*

*Желаю участником конференции плодотворной работы, успехов в научно-исследовательской деятельности, здоровья и благополучия, налаживания новых творческих контактов и дальнейшего сотрудничества.*

**Татьяна Дасаева,**

заведующая кафедрой зарубежной журналистики и литературы, доктор филологических наук, профессор Института журналистики Белорусского государственного университета

## **АЛЛОЛОГИЧЕСКАЯ ПЕРСПЕКТИВА И МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОПОНИМАНИЕ**

Международная журналистика – сфера, в которой процессы понимания и взаимопонимания – осмысления происходящего – предстают особо выпукло. Результаты осмысления происходящего связаны с профессиональной компетентностью журналиста как таковой, а также с его этнокультурной компетентностью. В последние десятилетия интенсивно, хотя подчас и вне-понятно, развивается аллологический подход к изучению понимания и взаимопонимания людей и культур: изучение процессов осознания единства и различий «своего» и «чужого», «Я» и «Другого» субъектами разных культур, варианты позиций и уровни этнокультурной компетентности. Это направление работ заставило исследователей еще раз обратить их внимание на проблему экологичности познания и понимания, субъектности понимания, существованию различных критериев его адекватности, полноты и глубины, особое внимание. Особенно важным и продуктивным ксенологический подход становится при обсуждении вопросов понимания и взаимопонимания в контексте проблем межкультурной адаптации, вопросов выживания и развития человека, группы в изменяющемся мире, проблем межкультурной и массовой коммуникации. В этой сфере сопоставление роли и функций кросс-культурных различий и универсалий в ценностях, способах осмысления реальности и в поведенческих паттернах представителей разных культур является весьма перспективным направлением социально- и культурно-философских исследований, позволяющих разработать новые подходы к установлению взаимопонимания между представителями различных культур, формированию межкультурной компетентности.

Освоение категории Другого в контексте практик массового общения, деятельности журналиста, теоретическое осмысление роли Другого как фактора успешности массовой коммуникации связано, в первую очередь, с попытками осмысления общеполитических, социологических, исторических и психологических подходов к осмыслению человеческой жизни как полилога. Общий контекст анализа проблемы связан с пониманием того, что человеческое бытие протекает в контексте со-бытия с другими людьми, при этом человеческое бытие осмысленно и подлежит осмыслению. Оно и есть осмысление (понимание). Человеческое сознание (понимание) всегда включает в себя осознание себя в контексте

других людей и, наоборот, – осознание других людей в контексте собственных смыслов. Бытие человека имеет смысл, создаваемый в процессе со-творчества с другими людьми, понимание человеком себя и мира интенционально, носит ценностный характер. Уловить ценностный смысл бытия своей и чужой культуры – значит оказаться намного ближе к пониманию и взаимопониманию, чем просто регистрировать «события» чужого из позиции «всесведующего» и всезнающего» эксперта, полагающего себя способным объяснить и интерпретировать все, без понимания – даже самого себя.

В ракурсе ксенологических исследований фундаментальным фактом человеческой экзистенции полагается “человек с человеком”. Б.Ванденфельс, один из ярких исследователей ксенологического направления, отмечает, что человеческое существо «...мыслит другое как другое, как именно это, определенное, иное существо, чтобы соединиться с ним в сфере, простирающейся за пределы их собственных сфер – Между». Понимание опирается на представления о том, что «Я» вторично по отношению к «ты»: вначале бытия и его понимания находится Другой, но не Я. Свое, Собственное, Внутреннее осознается и осуществляет себя через встречу с Другим, Чужим, Внешним. Как описывает этот процесс В. Подорога: «Через наше Я проходит раздел мира на Внутреннее и Внешнее...». Таким образом Другой устанавливает пределы Своего, как того, чем Свое обладает [12, с.30-31, 144-145]. Другой — не только строго обозначенный предел, ограничивший Собственное. Другой есть способ присутствия человека в мире, структура поля понимания, без которой поле не могло функционировать [10]. Способность субъекта понимать и быть понимаемыми возможна лишь потому, что есть Другой: общение или коммуникации есть выход за пределы Себя, вне Своего к Другому, соединение Себя с Другим, не будь которого не было бы понимания, которое, по сути, всегда есть взаимное или совместное понимание события со-бытия. Собственное, не осознав себя и свои границы, оставалось бы непроявленным, «покоящимся» в самодостаточности: так, как это описано в самых разных мифологиях Абсолюта. Именно это – возвращение в «покой самобытия» – и происходит тогда, когда та или иная часть Своего оказывается вне контакта с внешним или внутренним Другим, или, когда она приводит себя –туда – с той или иной целью, проходя через цепочку «воплощение – превращение-осуществление», от инобытия к событию и самобытию. «Я» развивает свое бытие, его границы, благодаря Другому, за счет него и – развивает в этом «за счет» бытие Другого. В понимании «Я» самого себя, как постулирует аллологический подход, по сути, нет ничего, что изначально не было бы Другим, Чужим и даже Чуждым. Даже

«поля понятий», способы их осмысления принимаются от Другого как некая данность, созданная Другим, действующим и принуждающим к их освоению (пониманию). Хотя современные исследователи оставляют «лазейку» со-бытию: сотворчеству понятий и способов осмысления себя и мира в процессе взаимопонимания, – как одному из наиболее высоких уровней развития этнокультурной компетентности специалиста, в том числе журналиста-международника.

Чужое выступает как творец «Я», оно вторгается в Собственное, при этом возможности «Я» в его познании связаны с тем, что наличие Другого дает, создает первичную оппозицию, «бинер» структурирования мира как пространства-времени Своего, доступного и находящегося во владении, и пространства-времени Чужого, недоступного и не находящегося во владении. Чужое осмысляется в этом контексте лишь по отношению к Своему: его доступность есть иллюзия – доступности непосредственно недоступного, поэтому – в начале взаимопонимания – опыт Чужого существует как опыт почти или полностью непреодолимого отсутствия [10; 11]. Таким образом, оно не поддается постижению Своим: попытки привести Чужое к высказыванию его Собственного смысла уничтожают Чужое как Чужое: язык Чужого не может быть понят как язык Своего, потому что сама идея языка – есть опыт Своего. Чужое — всегда непостижимое, которое, будучи обретенным и познанным Своим (о-своенным) исчезает в Своем [2; 3]. Вместе с тем попытка понять Чужое как Чужое может столкнуться и с тем, что Чужого нет: иллюзия Чуждости также распространена, как и иллюзия его непреодолимости: в диалоге, в процессе взаимопонимания, по мере формирования и развития «со-бытия», многочисленных превращений и возвратов в свое.

Поэтому, понимая Чужое в исторической или диахронической перспективах, журналист как правило, рассматривает опыт Чужого лишь как более или менее понятный вариант опыта Себя. Только так можно понимать что-либо: то, что ничего не значит для человека с точки зрения предшествующего или предвосхищаемого опыта, понято быть не может, и то, что понято, не имеет однозначного смысла и завершенности: понятое есть результат финальной на данный момент в данном пространстве точки как части единого поля смыслового универсума [12].

Представления о чужих культуре, опыте и понимании (о Чужом) центрируются на культуре, опыте и понимании собственных, которые выполняют роль одновременно и центрального компонента, и базовой модели, привносящей в пространство Чужого несвойственную ему систему ориентиров. Действительное, «всамделишное», реальное существующее строение Чужого в результате понимания либо не учитывается

вовсе, либо воспроизводится измененным. Понимание Чужого всегда есть истолкование его на своем, понятном человеку языке, независимо от того, насколько «свой» и «чужой» языки (способы понимания) совместимы.

Процесс (ре)структурирования журналистом как ведущим субъектом массовой коммуникации Другого как «(не)возможного» мира строится в соответствии с «полем (не)возможного», которым субъект обладает в тот или иной момент. Другое неизменно ускользает от понимания в структурах (не)возможного Своего [10]. Осознание уязвимости и недоступности Чужого создает задачу его изучения, поиска интерпретационных стратегий там, где проблемы овладения Чужим и сохранения в неприкосновенности его самости наиболее актуальны: например, в практике и теории массовой коммуникации, психологического консультирования, этнопсихологии и этнолингвистике, истории и т.д. При этом Чуждость не может быть просто предписана вещи, событию и личности как таковым: чуждость существует только в отношении к субъекту и в изменчивости ситуаций понимания [2; 5]. Она может стать Своим в опыте превращения, ино-бытия, всегда частичном и временном, поскольку завершается возвращением к само-бытию. Понимание чего-либо как Другого/Чужого требует максимального уважения в понимаемом его самодостаточности по отношению к Собственному, к пониманию исследователя. Через признание самодостаточности и потенциального субъектного статуса Чужого возможна попытка войти с ним в диалог, в отношения о которых говорил М.Бахтин: «диалогическое проникновение в познаваемый смысл», «разговор» не только об объекте, но и с объектом [1]. Кроме того, приложение современных «аллологических» реконструкций к реконструируемым способам осмысления Чужого возможно в ограниченных пределах. Современное, совершаемое в каждой конкретной ситуации понимание Чуждости, часто не может быть просто перенесено в понимание в других ситуациях (пространствах и временах). Чужое в как самоценное и самодостаточное событие существует только в современной аллологии, ранее Чужое присутствовало как периферия и предел Собственного, вариант Своего мира, которое, хоть и на границах себя самого, но все же как доступное располагало Чужое (эгология). Восприятие Чужого в будущем также по сути недостижимо: в нем Свое приобретет статус Чужого, которое будет осмыслено тем образом, который определится в ситуациях будущего. Поэтому, несмотря на искушение, прогнозирование международных событий, – вещь подчас еще более неблагодарная, чем ретроспективный анализ уже случившегося. Журналист может предполагать, объяснять, пытаться понять событие изнутри самого события, включившись в жизнь сообщества,

однако, ему важно осознавать это лишь как попытку, не имеющую статуса «конечного слова», вердикта, не подлежащего переоценке и, тем более, не имеющего контр-вариантов.

Традиционное понимание нацелено отнюдь не на понимание Чужого, автономного от Своего, но на преодоление Чуждости, ее присвоение, т. е. уничтожение, такое превращение, которое имело бы статус неизменного. Однако, будучи таким, Чужое исчезает, живя лишь в неуловимом событии со-бытия, в котором инобытия и самобытия субъектов танцуют вечный танец жизни, каждый раз заново истолковывая мир разными способами. В путешествии духа, связанном с обретением Чужого, более совершенного, чем Собственное носит черты мистического, внутреннего, интерпретирующегося как обретение или наделение: либо как движение от Собственного человеческого к Чужому Божественному, либо от «Чуждого внутри Своего» к «Своему в Боге». Человек как носитель нездешней (Чужой) души – странник, чужестранец в мире, который во многих ситуациях (пространствах и временах) считает чужое своим.

Аллопластичность (alloplastic), осуществление развития за счет взаимодействия с Другими/Чужими, существует в противоположность автопластичности (autoplatic), ищущей развития в собственных границах и ресурсах [10]. При этом Другое может быть и выражением возможного более совершенного мира, приводящим в развитие Своего.

Однако обретение Чужого, как показывает опыт, далеко не всегда конструктивно: у «жизненного горизонта», несмотря на всю его изменчивость и «упругость», есть лимит трансформации, превышение которого оказывается фатально для нее. Освоение не приводит к исчезновению Чужого. Чужое продолжает присутствовать в Собственном, воспроизводясь в бесчисленных отношениях и связях компонентов Собственного, каждый из которых также может быть истолкован как Другое. Само Собственное «перспективу инаковости» располагает свое по шкале от абсолютной Чуждости (непостижимой, невозможной и негативной, пугающей) до центрального Своего (понимание которого представляет его как максимально индивидуализированное, сложное, оправданное негативным чужим) [2, с.236, 242].

Осмысляя Чужое, журналист включает механизм «делания понятным», «относительно чужим», в чужом, его вторжении в собственное, понимается модификация, «модализация» собственного пути развития и/или опыта. Когда граница пролегает внутри индивидуального сознания и расщепляет его на чуждые, враждебные зоны, тоскующий по единству человек на пути к целостности либо решительно переходит эту границу, отказываясь от одной из соперничающих инокультурных и

инородных компонент Собственного, либо пытается согласовать разделенное «Я» внутри себя, упраздняя границу для объединения гетерогенных частей Собственного. Внутренний диалог Чужого и Своего говорит о том, что Свое – по сути также неуловимо и нереально, как и Чужое. Игра Чужого и Своего – лишь способ понять что-то о лежащей вне них Абсолютной реальности. Что-то, что позволяет, заявив о ее величии, понять «ничто»-жность того, что называется «Своим» и «Чужим», его «нигде»-шность в Абсолютном, не имеющем начала и конца мире, его величие и центральность – существующие в этом мире «равновеликих» пространств и времен – обозначенных заключенным в слово смыслом. Однако, в плоскости непосредственного взаимодействия, как сформулировал В.Н. Топоров свой взгляд на проблему интеркультурных влияний: поскольку приобретение «чужого», как правило, ощутимо меняет нечто в «своем», то отдающая сторона как будто бы сама ничего не теряет и не претерпевает изменения. «Экстенсивное» («пространство» культуры) обменивается на «интенсивное» («новый» элемент культуры). Отношения между субъектами оформляются в том числе и за счет выделения различных по степени эксплицитности границ, в типы межсубъектных барьеров (латентных, дискурсивных, договорных, конфликтных и др.) и типы дискурсов – языковых правил и логик, а также нарративов – историй взаимодействия субъектов, включая данные барьеры и логики [10]. Множественность нарративов одного события, даже того, что практически, не имело места в реальности, – очевидное подтверждение сложности проблемы понимания и, тем более, взаимопонимания субъектов разных культур, журналистом – происходящего в других культурах и – в своей собственной культуре.

Существенной чертой понимания как познавательного феномена издавна является его интенциональность, направленность на что-то «Чужое», лежащее вне человека. При этом интенциональность связана, в первую очередь с как-моментом процесса понимания и переживания реальности [10; 12]. Интенциональность предполагает также момент устойчивости, как феномен, определяющийся предшествующим опытом субъекта социального познания и взаимодействия. Однако в связи с проблемой критериев понимания возникает еще один из самых спорных вопросов философских и конкретно-научных исследований понимания – вопрос необходимости и возможности понимания. С одной стороны отмечается, что «вера в понимание ничем не лучше всех остальных, властвовавших над людьми вер», поэтому понимание не нужно [12]. С другой – подчеркивается существование возможности понять «непостижимое как непостижимое»: понимание выступает здесь как «понимающее непонимание», «просветленное понимание» того, что «Чужое

относительно доступно». Третий вариант – понимание как «попытка прорыва сквозь данность» предполагает осознание того, что «чем больше человек думает, тем дальше он уходит от того, что здесь и сейчас». Оно есть попытка думать о чем-то, не «теряя с ним контакт» [10]. "Если мы стремимся к знанию, у нас должна быть вера. Иногда необходимо просто поверить, вместо того, чтобы заниматься поисками доказательств. Пока человек не поверит в существование того, что, по его мнению, не существует, он не сможет отыскать его. В этом смысле речь идет о старейшем и актуальнейшем вопросе социально-философского и, шире, общеполитического знания – вопросе о постижимости истины, ее существовании как таковой. В значительной степени для социальной философии, философии познания и философии языка подходов характерно подчеркивание роли особенностей самого понимаемого социального «текста» – того или иного фрагмента социальной реальности, его структуры и статуса культурного объекта в понимании. Текст выступает как культурный объект в той мере, в которой «наше взаимоотношение с ним воспроизводит или впервые рождает в нас человеческие возможности», которых не было до контакта с текстом. Это, прежде всего, «возможности... видения и понимания чего-то в мире или себе» [4; 38]. Таким образом, проблема человека и мира также смыкается на проблеме границ и смыслов, приписываемых границами бытию. Границы инобытия и само-бытия в событии встречи исчезают, чтобы возникнуть в новом времени-пространстве (ситуации) – как преображенные: уверившиеся в приближении к Своему и нашедшие варианты стать Чужим.

Понимание предстает как поиск контекста значений, «каркаса или рамки понимания». Рамка выступает как точка зрения, перспектива анализа, смысловой ограничитель понимания. Смена рамки – контекста – приводит к изменению значения ситуации и рассматривается, подобно «выходу за пределы» наличного контекста, как один из механизмов понимания. Контекстность означает существование социальных и собственно дискурсивных правил согласования «систем релевантностей». При этом понимание становится intersubjectивным не тогда, когда intersubjectивность конструируется как аналогия между "эго" и "альтер эго", но скорее тогда, когда в единстве противоположных перспектив признается подлинная социальная трансцендентальность другого: личность другого человека полагается уникальной и находящейся вне контроля. Общность совместного понимания постулируется не просто как данность повседневной жизни, но различные формы организации общества и "Я" рассматриваются в связи с их феноменологическим проявлением и их конституирующими условиями и процессами.

Роль смысла в организации человеческой жизни состоит в том, что он является основой личности и выводит понимание за пределы индивидуального сознания в плоскость реальной жизнедеятельности субъекта. Смысл составляет внутренние механизмы, обоснование, причину внешних проявлений, определяющую их суть, вектор, человеческую цену. Сущность смысловой регуляции состоит в выработывании общих принципов, которые могут быть реализованы разными способами. Анализ влияния ценностно-смысловой сферы на характер развития взаимопонимания показывает, что все разнообразие смысловых связей можно свести к трем основным категориям отношений человека с бытием – отношения с миром, отношения с людьми, отношения с собой. Представления о роли взаимных отношений в определении человеческой сущности с особой глубиной выражены С.Л. Рубинштейном: человек самоопределяется и самоосуществляется только в отношениях с другим человеком, поскольку «Я не существую без другого; я и другой сопriнадлежны...». Принцип квазидинамического соответствия означает, что человек всегда стремится соответствовать миру, то есть устранять возникающее между ними миром несоответствие, т.е. несоответствие возможностей человека тем условиям, которые предоставляет ему мир в каждой ситуации (описываемое, например, термином «когнитивный диссонанс») [6]. Таким образом, в каждой ситуации человек стремится соответствовать, с одной стороны, миру, его условиям, а с другой – себе самому, своим возможностям. Другими словами: в каждый момент времени человек имеет две разнонаправленные психологические позиции – личностную и социальную – и стремится найти поведение, которое соответствовало бы обеим позициям одновременно. Человек пытается найти такую стратегию и уровень понимания, которые позволяли ему соответствовать этим позициям: осознавая ценностные основания своей активности и особенности своего понимания себя и мира.

В рамках исследований В.Налимова, понимание может быть представлено как процесс порождения новых смысловых «фильтров», отвечающих новым ситуациям, задаваемым новыми текстами (выступающих в ситуации в качестве субъектов и объектов понимания). Это не только и не столько познавательный, сколько онтологический процесс: понимание смыслов – это всегда овладение смыслами, осуществляемое путем творческой «распаковки» исконно заложенного в мироздании. «Понимание – это приближение понимаемого текста к самому себе путем порождения фильтра понимания, приближающего чужой текст, чужую смысловую ориентацию к своей собственной» [9].

Понимание – способность найти в чужом тексте свое, или, может быть серьезнее, – найти самого себя новым в чужом. Мир (и человек как

его часть), по представлениям философов и психологов экзистенциально-гуманистической школы, есть «онтологизированный текст» – текст, обладающий собственным бытием, т.е., воплощающий собственные смыслы, раскрытие которых происходит во взаимодействии компонентов текста друг с другом и во взаимодействии одного текста с другими, воплощающими те же или иные смыслы – разными или сходными способами. Я и другой, человек и его мир – две части одного целого, находящие друг в друге свое осуществление.

Понимание человеком ситуации и Другого, взаимопонимание между ними, связано с парадоксом: человек выступает как часть ситуации, и вместе с тем, находится вне нее [10; 15]. Поэтому выделяется два класса психологических ситуаций. Первый класс — это класс объектных ситуаций, в котором преобладающее значение имеют внешние обстоятельства, второй класс — субъектных — составляют те, которые вызываются почти исключительно психологической готовностью субъекта, его актуальными потребностями. Большинство же реальных ситуаций находится между этими двумя полюсами. Понимание человека человеком, особенно в случае самопонимания, также оказывается связанным с парадоксом «вненаходимости» и «внутринаходимости». Понимание предполагает осмысление объекта понимания как субъекта – в диалоге с ним (или с самим собой). Только после акта личностного смыслообразования сформировавшаяся актуальная ситуация начинает в полной мере детерминировать понимающую активность субъекта, опосредовать спектр ее проявлений в общении с конкретным Другим, его смыслами. При этом есть три основных варианта. Во-первых, Чужое доступно как вариант общего, как "Своего" и через формирование стилевой аналогии, "означивается" ею. Во-вторых, Чужое недоступно, его понимание осуществляется через сведение к смыслу Чужого, ведущее к его уничтожению, Чужое воспринимается как доступное лишь в опыте "непреодолимого отсутствия". В-третьих, часть исследователей полагает, что Чужое должно восприниматься как относительно доступное: его понимание возможно, если человек обладает желанием смотреть и понимать, определяется в событии ответа. В со-бытии как воплощении инобытия и самобытия, превращение и возвращение встречаются: в точке их пересечения возникает взаимопонимание: свое и Чужое становятся Своими. В ино-бытии и само-бытии Свое и Чужое расходятся, вступая в диалог со Своим Чужим и Чуждым Своим. Возникает величайшая иллюзия: понимания самого себя или другого, преодолеваемая еще более внешне иллюзорным мигом «события со-бытия».

### *Литература*

1. Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.
2. Блакар, Р.М. Язык как инструмент социальной власти (теоретико-эмпирические исследования языка и его использования в социальном контексте) // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987 – С. 88,91.
3. Ванденфельс, Б. Своя культура и чужая культура. Парадокс науки о “Чужом” // Логос. – 1994. – № 6. – С.77-90.
4. Волошинов, В.Н. Марксизм и философия языка. – М.: Лабиринт, 1993. – С.117,.
5. Гадамер, Г. -Г. Истина и метод: Основы философской герменевтики. – М.: Прогресс, 1988. – С.80.
6. Гуссерль, Э. Идеи к чистой феноменологии. – М.: Лабиринт, 1994. – 110 с.
7. Делез, Ж. Мишель Турнье и мир без Другого. // Комментарии. – № 10. – М.,СПб.: Наука, 1996. – С. 85.
8. Лотман, Ю.М.Внутри мыслящих миров. – Человек – текст – семиосфера - история. – М.: Школа “Языки русской культуры”, 1996. – 464 с.
9. Налимов, В.В. Спонтанность сознания: Вероятностная теория смыслов и смысловая архитектура личности. – М.: "Прометей", МГПИ им. В.И. Ленина, 1989. – 286 с.
10. О разработках проблемы Чужого в современной философской мысли // От Я к Другому. Сборник переводов: / Под ред. А.А. Михайлова. – Минск: Наука, 1997. – С. 34.
11. Ортега-и-Гассет, Х. Избранные труды. – М.: Изд-во "Весь мир", 1997. – 704 с.
12. Подорога, В. Феноменология тела. Введение в философскую антропологию (Материалы лекционных курсов 1992–1994 гг.). – М.: Admarginem, 1995. – С. 144-145, 30-31.
13. Рубинштейн, С.Л. Бытие и сознание. – М.: АН СССР, 1957. – 327 с.
14. Руднев, В.П. Прочь от реальности. – М.: Аграф, 2000. – 432 с.
15. Рыклин, М. Террорологии. – Тарту- Москва: Эйдос, РИК «Культура», AdMarginem, 1992. – 223 с.
16. Силвермен, Дж. и др. Новые направления в социологической теории. – М.: Прогресс, 1978. –340 с.
17. Солер, К. Клинические уроки перехода // Логос. – 1992. – №3. – С. 178-189.
- 18.Хабермас, Ю. Философский дискурс о модерне. – М.: Изд-во «Весь Мир», 2003. –410 с.

## **MASS-MEDIA И ЦИФРОВОЙ СУВЕРЕНИТЕТ РОССИИ**

В современном мире в ситуации глобальных информационных войн на первое место выступает проблема безопасности и информационной независимости медийных средств. В связи с этим в последнее время все чаще употребляется такое понятие, как цифровой суверенитет.

Проблема цифрового суверенитета активно обсуждается не только в интернете, но также в общественных, военных и даже парламентских кругах. Зам. спикера РФ Сергей Железняк констатирует: «Мы должны обеспечить цифровой суверенитет нашей страны, мир изменился, на сегодня информация как никогда важна и является ключевым условием для успешности, поэтому мы должны защищать и информацию» [1]. В эпоху электронных средств массовой информации, эпоху интернет-изданий, сайтов и блогов данная проблема становится актуальной и в рамках журналистской деятельности.

Под цифровым суверенитетом понимается право государства обеспечивать информационную безопасность и связанную с ней идеологию с помощью собственных информационных технологий. На активность обсуждаемой в настоящее время проблемы цифрового суверенитета в России повлияло три основных фактора: феномен Э. Сноудена, выступление известного деятеля российской IT-индустрии И. Ашманова на конференции iForum (2013 г.), а также события в Украине.

Как известно, бывший сотрудник ЦРУ раскрыл всему миру сведения о секретных операциях американских и британских спецслужб, которые имели доступ к личным данным пользователей интернет-компаний Google, Microsoft, Facebook, могли прослушивать разговоры и просматривать переписку. Для российских спецслужб, как и спецслужб других стран, разоблачения Э. Сноудена не были шокирующими, однако впервые о прослушивании было заявлено открыто и на весь мир. Разоблачения Э. Сноудена заставили задуматься о национальной безопасности. В связи с этим в Совете Федерации России была создана рабочая группа по расследованию утечки данных российских пользователей с серверов зарубежных интернет-компаний.

Другим немаловажным фактором можно считать доклад И. Ашманова на конференции iForum, который был сделан вслед за событиями с Э. Сноуденом и который затем был растиражирован как в печатной прессе (в виде интервью), так и в интернете. С этого момента понятие

цифрового суверенитета стало актуальным для российского общества. По мнению Ашманова, важность цифрового суверенитета определяется тем, что при отсутствии такового можно вообще потерять государственную суверенность, то есть перестать быть независимым государством. Доказательством данного тезиса служат войны последнего времени в Югославии, Ираке, Ливии, Сирии, показавшие, что информационными средствами можно обосновать военное вторжение внешних сил, скрыть правду о реальных событиях вторжения и итогах смены режима [3]. Быть суверенным государством – значит иметь право решать и контролировать свои внутренние дела, не допуская вмешательства извне, что в современном (информационном) обществе невозможно без цифрового суверенитета.

Правомерность данного тезиса продемонстрировали и события в Украине, которая в результате смены власти практически потеряла свою суверенность, став саттелитом США. Для России данный факт имеет стратегическое значение, поскольку Украина граничит с Россией, имеет общую с ней историю и славянскую ментальность. Украинские события развивались по уже известному сценарию. Как подчеркивает Ашманов, все начинается со «слома» информационного суверенитета, затем происходит вызов цветной революции, что может завершиться обычной войной и утратой суверенности.

Теперь уже совершенно очевидно, что Украина, ставшая в 2014 году эпицентром политических и военных действий в Европе (да и во всем мире), в течение предшествующих двадцати лет, явно или неявно, но утрачивала свой информационный суверенитет, поддаваясь внедрению нужной для Запада националистической идеологии на фоне пустившей глубокие корни коррупции во всех сферах государственной власти. Не последнюю роль в этом процессе, безусловно, сыграли украинские средства массовой информации, та их часть, которая пропагандировала националистическую идеологию и ратовала за вступление Украины в Евросоюз. Именно в таких ситуациях цифровой суверенитет призван играть роль главного защитника информационного пространства и, следовательно, национальных интересов любого независимого государства. Информационное пространство Украины оказалось открытым и незащищенным.

Попытки «слома» внешними силами информационного суверенитета, а вслед за ним и государственного предпринимались также в России (Болотная площадь, декабрь 2011г.) и совсем недавно в Китае («зонтичная революция», сентябрь 2014г.). В интервью газете «Известия» И. Ашманов отмечает: «Мы мониторим социальные сети и СМИ, обнаруживаем вбросы и информационные атаки и можем сказать с уверенно-

стью: информационная война на нашей территории тоже идет давно, и пока "господство в воздухе" – у нашего потенциального противника» [3].

Нельзя сказать, что проблема, поднятая И. Ашмановым, является новой, к ней в той или иной степени обращались российские исследователи (В.Г. Крысько, Г.Г. Почепцов, И.П. Панаев и др.), а также журналисты (Я.Н. Засурский). Не стоит забывать о существовании государственной Доктрины информационной безопасности, подписанной Президентом В. Путиным в сентябре 2000г. Однако доклад Ашманова произвел эффект разорвавшейся бомбы именно в силу взаимодействия трех названных факторов, когда поднятая им проблема стала очевидной и российское общество осознало ее остроту.

Именно И. Ашманов ввел в российский обиход понятие «цифровой суверенитет», определив его составляющие; подчеркнул взаимосвязь данного понятия с идеологической компонентой и наметил возможные пути становления российского цифрового суверенитета. Фактически он представил российскому сообществу пусть не развернутую, но все же достаточно цельную теорию самостоятельного развития цифрового суверенитета в любой стране, в первую очередь, в России. Чрезвычайно важная роль при этом отводится mass-media, реализующим как информационную, так и идеологическую функцию.

Само понятие цифрового суверенитета еще не закрепилось в российских научных кругах, но все чаще употребляется российскими ИТ – специалистами, общественными деятелями, парламентариями. В научном сообществе возникают дискуссии о том, нужно ли такое понятие, как построить цифровой суверенитет, для чего он нужен и способен ли он обеспечить защиту информационного пространства независимых государств, в том числе и России, какова роль mass-media в этом процессе?

Актуальность проблемы цифрового суверенитета определяется тем, что наше общество живет в эпоху информационных войн, в навязывании которых не последнюю роль играют mass-media. Информационные войны – феномен второй половины двадцатого века, проявившийся как глобальная тенденция в связи с появлением принципиально нового оружия – цифрового. И если до внедрения цифровых технологий ведение информационной войны сильно ограничивалось доступом к mass-media, то с появлением таких технологий все естественные границы между «информационными территориями» в цифровом пространстве исчезли, и противники получили возможность вторгаться на чужую территорию и проводить свои информационные операции. При этом главными особенностями информационных войн считают постепенное,

незаметное внедрение нужной информации и чуждой идеологии во все сферы жизни любого государства [2].

В понимании Ашманова цифровой суверенитет – это совокупность информационного и электронного суверенитетов. Их формирование достигается, в том числе за счет наличия разветвлённой и полностью контролируемой государством сети средств массовой информации, теле- и радиовещания, выполняющих не только функцию информирования, но и функцию идеологического воздействия [3].

Электронный суверенитет – это устойчивость, защищенность в кибервойне. В настоящее время основные «информационные сражения» переместились на «электронное поле боя», где «арсеналом вооружений» выступают стремительно развивающиеся цифровые технологии, что привело к возникновению такого понятия, как цифровые войны (кибервойны), отличного от понятия информационной войны. Информационные войны – это контентные войны, имеющие своей целью изменение массового, группового и индивидуального сознания. В процессе информационных войн идет борьба за умы, ценности, установки, поведенческие стереотипы и т. п. Цифровые войны – это целенаправленное деструктивное воздействие информационных потоков в виде программных кодов на материальные объекты противоборствующих сторон и их системы.

Во всем мире кибератаки на сайты различных СМИ становятся все агрессивнее. Так, например, «Российская газета» констатирует, что на российские информационные ресурсы ( в том числе и медийные) было совершено 57 млн. кибератак [5]. Если десять лет назад каждая сетевая атака рассматривалась как аномальный факт и оказывалась предметом пристального внимания со стороны общественности, то теперь это стало обычным явлением. Так, например, в Яндексе существует гиперссылка «Все новости на тему «хакерская атака», где отражен мониторинг кибератак на СМИ. Вот лишь некоторые из последних фактов: «украинские хакеры атаковали “РИА Новости” и “Первый канал”» (14.03.2014); «сайт информационного агентства "Интерфакс" недоступен из-за DDoS-атаки, сообщил директор агентства "Интерфакс"» (03.04.2014); «сайт "Парламентской газеты" подвергся хакерской атаке и был взломан, в результате чего была обнародована ложная информация от имени российской Федеральной миграционной службы, сообщает пресс-центр издания» (14.04.2014 ) [6].

Кибератаки становятся массовым явлением, атакованы могут быть даже мобильные телефоны сотрудников различных СМИ; явление приобрело глобальные масштабы, в связи с чем даже Президент РФ вынуж-

ден констатировать постоянный рост компьютерных атак на российские информресурсы [7].

В результате сетевых атак происходят масштабные сбои в работе сайтов телевизионных и радиоканалов, а также интернет-изданий, утрачиваются не только фото- и видеоматериалы, но и контентная информация, а также архивные данные различных СМИ; возникают серьезные финансовые проблемы, связанные с рекламодателями. Зачастую защита сайтов не выдерживает, и они оказываются заблокированными. В отдельных случаях сетевые атаки на СМИ могут привести к практически полному уничтожению сайта.

Электронная безопасность является основой электронного суверенитета и заключается в защите информации с помощью современных цифровых технологий. Это технологии защиты не только от кибератак, хакерских атак, *DDoS*-атак, вирусов, кражи данных, спама, но и от выключения критической инфраструктуры внешними силами [2]. В результате массированных хакерских атак вбрасывается ложная информация, направленная на то, чтобы внедрить в сознание масс определенные идеи или поднять протестное движение, в результате чего в обиход вошли такие понятия, как «информационный терроризм» и «виртуальный терроризм», а вместе с ними и оппозиционные понятия – «информационный суверенитет» и «информационная безопасность».

Информационный суверенитет определяется как устойчивость к информационной войне, т.е. способность к защите населения от массовой информационной обработки со стороны внешнего противника. Такая защита обеспечивается государством, базируется на законодательной базе и выработанной и ясно осознаваемой идеологии [2,3]. Информационная безопасность – это защита информационного контента, как в новостном, так и в идеологическом аспектах (понятно, что первый подчинен второму). Интернет-атаки в ряде случаев могут использоваться для достижения определенных политических целей, например, для того, чтобы помешать оппозиционным СМИ представлять события в соответствии со своими взглядами, что можно трактовать как попытку внедрения в медиaprостранство для установления своего рода информационных фильтров. Достаточно часто руководители СМИ объясняют хакерские атаки политическими мотивами [5]. Совершаются, например, *DDoS*-атаки украинских пользователей на сайты российских СМИ, в частности, на сайт политической партии ЛДПР в связи с достаточно резкой критикой В. В. Жириновским политики киевских властей [6].

Атаки хакеров могут быть направлены на разрушение идеологических ценностей. На сайте [vostok-ua.ru](http://vostok-ua.ru) находим следующее сообщение: «На сайт «Белой книги» осуществляется новая атака. В этот раз она

объединяет в себе сразу два направления: ddos-атаку и сознательное отключение сайта украинскими интернет-провайдерами. Совершенно очевидно, что делается это по распоряжению нынешних киевских властей, ибо только они и контролируемые ими украинские спецслужбы обладают подобными полномочиями. Так, вначале сайт стал недоступен для пользователей провайдеров «Воля», позже – для абонентов «Киевстар». Сейчас же ресурс недоступен и за пределами Украины, в частности, в Англии и Грузии. Кому-то очень хочется, чтобы материалы, которые мы собираем в рамках проекта «Белая книга», не были доступны широкой аудитории. Это лишний раз свидетельствует о том, что преступники, совершившие эти злодеяния, всеми силами пытаются избежать ответственности и уничтожить материалы, которые лягут в основу будущих уголовных дел» [4]. В таких условиях цифровая защищенность mass-media и цифровой суверенитет государства становятся важным условием реализации принципов свободы слова, как на государственном уровне, так и на уровне редакций.

Сбой связи с радио- или телеведущим во время on-line трансляции может сорвать передачу, но еще более ощутимо длительное блокирование информационных ресурсов, когда редакции закрыт доступ к необходимой информации, а сайт недоступен читателю. В этом случае происходит нарушение основной функции СМИ по информированию общества, иначе говоря, не соблюдается принцип свободы слова. Прослушивание журналистов и сетевые атаки на их мобильные телефоны могут также рассматриваться как непосредственное препятствие их профессиональной деятельности. Прослушивание дает возможность определить источники информации, а, следовательно, под вопросом законность реализации принципа конфиденциальности. Кроме того, прослушивание, часто сопровождаемое помехами, направлено на то, чтобы журналист не смог получить нужную для него информацию, что также можно рассматривать как нарушение принципов обеспечения свободы слова.

В ближайшем будущем существование как политических, так и идеологических конфликтов будет во многом определяться наличием цифровых технологий, следовательно, можно с уверенностью сказать, что вовлеченные в информационную борьбу mass-media будут все больше подвергаться хакерским атакам. А это значит, что в результате сетевых атак может быть частично или полностью нарушена работа интернет СМИ, сайтов и блогов. Разумеется, что для предотвращения подобных ситуаций необходимы превентивные меры, как организационного, так и технического порядка, способные обеспечить информационную безопасность mass-media.

Цифровой суверенитет можно защитить, считает Ашманов, с помощью цифрового щита, обеспечивающего информационную суверенность государства и национальных mass-media. Это так называемый электронный щит, который включает в себя собственную аппаратную платформу (сетевую и ПК), систему геопозиционирования (GPS, RTLS), процессоры, а также всевозможные чипы и микросхемы. И информационный щит, состоящий из собственной интернет инфраструктуры, собственной медийной инфраструктуры СМИ, ТВ и интернет, систем пропаганды и ведения информационных войн, развитой идеологии, законов и сформированного рынка идеологических услуг [2, 3].

Полноценный цифровой суверенитет, как электронный, так и информационный, сегодня есть только у американцев, в связи с чем И.Ашмановым выдвигается глобальная задача создания цифрового суверенитета в России: «Россия не может отказаться от своего статуса сверхдержавы, она слишком большая и мощная, поэтому должна строить информационный суверенитет самостоятельно» [2]. Задача сверхсложная и проблемная. Сферу функционирования цифрового суверенитета составляют не только mass-media, но и собственная поисковая система, собственные социальные сети, собственная операционная система и программное обеспечение под нее, собственный национальный сегмент интернет, собственная платежная система, собственные средства защиты, собственная навигационная система [2, 3].

Сторонники цифрового суверенитета уточняют, что определение «собственная» – не значит, что технология должна быть разработана в России или располагаться на территории России. Это означает, что вышеперечисленные технологии должны контролироваться российскими властями. Вместе с тем президент России В. Путин подчеркивал на медиафоруме «Общероссийского народного фронта», который состоялся 24 апреля 2014 года, что серверы крупных российских интернет-компаний все же нужно размещать на территории России. Глава государства отметил, что перенос серверов в Россию позволит защитить данные россиян, ведь сейчас информация проходит через «американские серверы», где «все контролируется».

В любом случае, парируют приверженцы цифрового суверенитета, можно строить малый информационный щит – концентрироваться на информационной войне, строить мониторинг своего пространства, законодательство об ответственности за контент, законодательство о фильтрации, средства влияния и пропаганды. Нужно иметь свою информационную инфраструктуру, а самое главное, идеологию [3]. Все отмеченные аспекты напрямую касаются функциональной деятельности mass-media.

Главная проблема из всех перечисленных, считает Ашманов, кроется именно в отсутствии идеологии в российском обществе. «Собственная система пропаганды и ведения информационных войн, собственная инфраструктура, в которой соединяются интернет, телевидение, СМИ и т.д. – все это может существовать более или менее эффективно, если у государства есть собственная идеология, вокруг которой можно нанизывать слои защиты». Если электронный щит еще можно строить бездейно, исходя из чисто технических соображений безопасности, то информационный щит нельзя построить просто так, не имея идеологии [3].

Главная проблема порождает и основные задачи развития mass-media в направлении создания цифрового суверенитета. Mass-media, блоги и социальные сети должны стать не просто средствами распространения контента, но средствами пропаганды, транслирующими не американскую или западную, а собственную, российскую идеологию, причем не просто транслирующими, но формирующими ее в процессе своей деятельности.

В настоящее время проблема деидеологизации или поиска новой идеологии находится в центре внимания общественников и политологов в российском обществе. Странники идеологического устройства общества отмечают, что в отсутствии идеологии теряется перспектива общественного развития, «в условиях образовавшегося социального хаоса никто толком не знает, какое общество надо строить и к чему необходимо стремиться» [8]. Среди идеологических ориентиров российского общества называют гуманизм, гражданственность, патриотизм, правослаvie – все то, что составляет незыблемые человеческие ценности.

К активной пропаганде общечеловеческих ценностей, утративших в последние два десятилетия свою актуальность в российском обществе, повернулись и российские СМИ, когда пришло осознание того, что коммерческие интересы должны сочетаться с ответственностью за развитие российского общества. Немалые усилия в этом плане были приложены и со стороны государства, стремящегося (и должного, в соответствии с теорией Ашманова) контролировать деятельность российских средств массовой информации. Заработало законодательство, и российская аудитория узнала о борьбе соответствующих структур с порносайтами, в первую очередь с детскими; активизировалась деятельность передач, раскрывающих коррупционные преступления в российском обществе («Человек и закон», «Чрезвычайные происшествия»); открылись новые каналы – «Общественное российское телевидение», «Звезда». Значительно меньше стало зарубежных фильмов, пропагандирующих западные образцы жизни, и гораздо больше российских фильмов, обращающихся к таким вечным темам, как семья, любовь, творче-

ство; а также фильмов, посвященных героическим личностям российской истории, российским писателям, поэтам, актерам и другим знаменитостям. Активно работает просветительский канал «Культура».

Наблюдается стремление в рамках телевизионных проектов объединить коммерческий интерес с пропагандистско-воспитательной функцией, например, в таких музыкальных передачах, как «Голос» (индивидуальный конкурс), «Две звезды» (конкурс дуэтов), «Битва хоров(конкурс больших коллективов), «Наш выход» (музыкальный конкурс семей)», «Хочу к Меладзе», (конкурс шоу-групп), «Хит» (конкурс песни). Такие передачи воспитывают музыкальный вкус российской аудитории, поскольку каждое выступление оценивается несколькими экспертами, дающими оценку самой песне, манере выступления конкурсантов, их таланту и даже внешнему виду. То же самое можно сказать и о таких зрелищных телепередачах, как «Ледниковый период», «Танцы на льду». Таким балансирующим на грани этических норм передачам канала НТВ, как «Ты не поверишь!» и «Русские сенсации», возникают альтернативные («Наедине со всеми», «Субботний вечер» – 1 канал), где любая знаменитость может рассказать о себе российской аудитории интересно и достойно.

Можно и дальше приводить аргументы, доказывающие изменение идеологических ориентиров российского телевидения и средств массовой информации России в последние два-три года, но важно другое. Родина, патриотизм, родная история, любовь, семья, творчество, благотворительность – вот те гуманистические ориентиры, которые ощущает современная российская аудитория. Это те составляющие гуманистической идеологии, которая нарабатывается российскими СМИ в настоящее время.

Ашманов аргументированно доказывает в своей теории необходимость идеологии в современном российском обществе, без которой не ясно, что защищать, как фильтровать информацию, под каким углом зрения представлять тот или иной контент, указывает на необходимость контролирующих функций в этом плане со стороны государства. Информационная безопасность – это, вместе с тем, возможность государства управлять информацией через mass-media, блоги и социальные сети. Информационно независимое государство способно контролировать свое информационное поле, влиять на него, обнаруживая и нейтрализуя информационные атаки [2,3].

Как реакция на данный тезис проявилась еще одна достаточно острая проблема, связанная с понятиями контроля, мониторинга и фильтрации, с одной стороны, и свободой слова, с другой. Вечная, в принципе, проблема. Вряд ли кто возьмется оспаривать парадоксальное мнение

И. Ашманова относительно того, что «свобода слова» – это всего лишь инструмент для реализации тех или иных политических целей, а если рассматривать это понятие с точки зрения информационной войны, то один из способов разрушения информационного суверенитета другого государства. Однако, с другой стороны, возникают сомнения и дискуссии по поводу тезиса о контроле со стороны государства, который может стать тотальным. «Кто даст гарантии, что наше общество не потеряет источники альтернативных мнений, альтернативное видение в лице закрытых, помноженных на ноль оппозиционных средств массовой информации? <...> В условиях, когда будет реализован тотальный контроль информационного пространства, сделать что-то подобное – высказать альтернативную точку зрения и быть услышанным – будет практически невозможно», – резюмирует автор [9]. Соглашаясь с данной точкой зрения, добавим, что любому обществу, как известно, нужна оппозиция, но оппозиция конструктивная, способная стать источником развития и поступательного движения вперед. И опираться такая оппозиция также будет на разветвленную сеть mass-media.

Таким образом, mass-media являются важнейшим элементом цифрового суверенитета. Они входят в медийную инфраструктуру информационного суверенитета, являются составной частью суверенитета электронного (если говорить об электронных средствах массовой информации). Вместе с тем, электронная безопасность, электронный щит – это те защитные механизмы, которые необходимы для безопасного функционирования самих mass-media. Но самое главное, информационный контент и идеологическая составляющая цифрового суверенитета предполагают активное участие mass-media не только в трансляции, но и в формировании идеологии, столь необходимой российскому обществу.

#### *Литература*

1. Сергей Железняк [ Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [http://www.logoslovo.ru/forum/all/topic\\_7319/](http://www.logoslovo.ru/forum/all/topic_7319/)
2. Ашманов, И. Что такое информационный суверенитет? [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.rg.ru/2013/05/23/ashmanov.html>
3. Яровая, М. «Игорь Ашманов: Сегодня информационное доминирование – это все равно, что господство в воздухе» [ Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [http:// ru-n.info/новости/информационный-суверенитет-это-надёжная-защита-от-вражеской-пропаганды/](http://ru-n.info/новости/информационный-суверенитет-это-надёжная-защита-от-вражеской-пропаганды/)
4. Украинские провайдеры по указке сверху отключают сайт «Белой книги» [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [http://vostok – ua.ru](http://vostok-ua.ru)
5. Хакерские атаки [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.rg.ru/sujet/4040>

6. Все новости на тему "хакерская атака" [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: [http://planetasmi.ru/blogi/filter/1/хакерская атака.html](http://planetasmi.ru/blogi/filter/1/хакерская_атака.html)

7. Хакерские атаки на российские сайты [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://itar-tass.com/hakerskie-ataki-na-rossiyskie-sayty>

8. Касьянов, В.В. Государственная идеология современной России [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://dom-hors.ru/issue/fik/2011-3-4/>

9. Скоков, С. О методах ведения информационной войны против России [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://general-skokov.livejournal.com/13867.html>

**Ольга Быкова**

*Каменец-Подольский национальный университет  
имени И. Огиенко, Украина*

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЖАНРА РЕПОРТАЖА В СОВРЕМЕННЫХ УКРАИНСКИХ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЯХ**

Среди информационных жанров журналистики репортаж занимает главное место. Прессовый репортаж прошел долгий путь своего становления и развития. При этом он проявил себя как жанр гибкий, способный быстро приспосабливаться к внешним изменениям.

Теория репортажа разработана достаточно широко. Вопрос истории становления репортажа нашел отражение в трудах Ж. Виллена, С. Гуревич, М. Халлера, М. Кима. Проблемы поэтики, композиции, языка и стиля прессового репортажа рассматривались в исследованиях Г. Солганика, М. Кима. В теоретических работах М. Климова, Д. Григораш, М. Барманкулова, В. Ворошилова проанализированы отдельные разновидности репортажа в современных периодических изданиях.

Несмотря на такую достаточно широкую разработанность теории репортажа в печатных СМИ, есть потребность пересмотреть ее с точки зрения нынешнего времени, в контексте «взаимопереходных и взаимокорреляционных движений в жанроформирующих процессах печатных СМИ, которые, по утверждению О. Голик, происходят в нескольких направлениях: между жанровыми группами, внутри конкретной жанровой группы и между моделями оформления информации в журналистике и смежных сферах (литературе, рекламе, социологии)» [3, с. 5].

Современное украинское общество испытывает неотложную потребность в духовных ориентирах, в объективной социальной информации. И репортаж, который динамически, документально точно воссоздает конкретную действительность, правдивые факты через непосредственное восприятие автора – очевидца или участника события и тем самым дает возможность читателю почувствовать себя на месте события,

якобы собственными глазами увидеть предмет изображения, дает аудитории ответы на много вопросов, причем делает это ярко, живописно, эмоционально, широко используя художественно-выразительные средства изображения действительности. Такие особенности современного прессового репортажа обеспечили его широкое использование в современной украинской прессе.

Цель статьи – определить современные тенденции функционирования жанра прессового репортажа на страницах украинских изданий. Для анализа мы выбрали те издания, которые имеют большой тираж, стабильную популярность среди читателей. Это – газеты «Украина молодая», «День», «Экспресс», «Информатор», журнал «Украинская неделя».

В отличие от писателя, который, наблюдая за жизнью, воссоздает ее на основе широкого обобщения своих личных наблюдений, перед автором современного прессового репортажа стоит другое задание – описать жизнь в ее непосредственности. В связи с этим репортер вынужден оперировать фактами, которые являются наглядными примерами. В отличие от художественного произведения, в котором образ автора не совпадает с реальной личностью писателя, в журналистском тексте – прежде всего информационном – автор-рассказчик и автор-реальное лицо совпадают. Это невымышленный, реальный человек, хорошо известный многим читателям периодического издания. Для читателя очень важно, что автор-журналист – не только коммуникатор, информатор, носитель определенных идей, но и «один из нас», обычный человек со своими взглядами, вкусами и привычками. Это обстоятельство накладывает на журналиста специфические обязательства при создании образа автора. Среди заданий, которые появляются перед автором журналистского произведения, М. Ким называет такие: «во-первых, журналист как носитель идейного замысла произведения должен четко очертить свою мировоззренческую позицию по отношению к описываемым событиям, во-вторых, пытаться как можно лучше проявить свою творческую индивидуальность» [6, с. 142].

М. Ким справедливо отмечает, что «в репортаже, как в одном из самых субъективных жанров журналистики, можно выделить следующую особенность: документальное отображение действительности должно сочетаться с максимально полным выражением авторских чувств и эмоций по поводу наблюдаемого события» [4, с. 295].

Репортер, готовя материал, находится на месте события и работает с тем, что лично видит и что переживает. Журналист сам определяет, на что именно стоит обратить внимание, какие именно фрагменты лучше всего отвечают его замыслу, а также, какие именно факты помогут ему

передать свое мнение читателю. Таким образом, журналист создает документальное отражение события. Живое описание всего того, что видит репортер, с его эмоциями, чувствами, впечатлениями, позволяет читателю почувствовать личное присутствие автора, его «я». Именно поэтому репортаж является одним из наиболее личностных жанров журналистики, так как именно авторское «я» определяет тональность и стиль этого информационного жанра.

Следовательно, в современном репортаже авторское «я» соотносится с особенностями индивидуального стиля репортера, со спецификой его сугубо личностного мировосприятия.

Все жанроформирующие признаки, характерные для современного прессового репортажа, логично выделять на основе таких факторов: предмет отображения, функция, которую он выполняет, характер и свойства, своеобразие отражаемых предметов и представления, степень проникновения в действительность, применяемые методы и приемы отражения действительности [7, с. 104].

Предметом изображения в репортаже является событие, которое сочетает визуальную и устную форму выражения его содержания. Репортаж всегда сообщает о чем-то новом. Объектом репортажа служат преимущественно явления, процессы, а также реакция людей на эти события, явления и процессы.

Не любое событие заслуживает своего освещения в репортаже. Журналист из лавины фактов, событий, явлений, которыми насыщена наша действительность, должен отбирать наиболее актуальные, весомые и интересные, те, которые помогут раскрыть какую-то новую черту действительности, обогатить, расширить воображение читателя о жизни и сложных процессах, что в ней происходят.

Есть моменты общественной жизни, которые точно принадлежат к событийным. Например, никто не сомневается относительно того, являются ли событиями начало военного конфликта, открытия фестиваля, съезда. То есть, это важные эпизоды, в которых наглядно раскрываются явления жизни общества, находят внешнее проявление общие тенденции его развития. Событиями для журналиста могут быть и сами мотивы, которые определяют деятельность людей. Рассматривая жизнь как бесконечный причинно-следственный процесс, можно рассматривать как «событие» общественно важную причину, внешнее проявление которой стоит искать в следствии.

Очень важно репортеру найти особенный аспект события – какую-то неизвестную для читателя сторону действительности. Например, можно просто изобразить последствия разрушительного наводнения на Западной Украине, а можно журналисту подготовить репортаж, в кото-

ром он описал бы, как вместе с милицией или медиками спасал людей, которые пострадали в результате стихийного бедствия. Такой аспект события будет для читателей неизвестным, а потому более интересным.

Интересным является также какой-то необычный опыт и оригинальные взгляды журналиста на давно известные проблемы. Так, журналистка газеты «Информатор» Ева Ференц провела опыт над собой: в течение 15 дней ела французский шоколад и надеялась, что без изнурительных физических упражнений, без экстремальной диеты, без специальных пилл или чаев будет худеть ежедневно на четыреста граммов. В течение двух недель она трижды на день ела по одной 5-граммовой плитке шоколада и вместо того, чтобы похудеть, напротив, потолстела. В материале журналистка очень детально описала каждый день своего эксперимента. Она наблюдала, как ежедневно вместо обещанного ощущения сытости «чувство голода коварно подкрадывалось неоднократно, разрушая сладкие мечты о голливудской фигуре. Держался какой-то едва не звериный аппетит на протяжении нескольких дней» [9, с.4-5]. В этом материале репортер больше не удовлетворяется ролью наблюдателя, а действует как главный деятель. Журналист попадает в экстремальную для него ситуацию и переживает на собственном опыте удивительное для него в этой ситуации [11, с. 41].

Следовательно, чем более будничной является тема, тем сложнее журналисту подготовить репортаж. Но и о банальных повседневных ситуациях можно подготовить интересный репортаж, если подойти к теме с другой стороны, «если смотришь на сцену не из зрительского зала, а из-за кулис, в целом, если заглядывать «за завесу», если давно известные ситуации по-новому проглядываются в роли чего-то совсем другого» [11, с. 41].

Относительно своеобразия отображаемых событий и явлений, то в современном прессовом репортаже все факты и события передаются через непосредственные чувства и переживания репортера. Таким образом, документальное отображение действительности сочетается с максимально полным выражением авторских чувств и эмоций по поводу наблюдаемого события. Репортаж – это уши и глаза читателя. Читатель «видит», что происходит, «слышит» участников события, чувствует атмосферу события. Именно поэтому важнейший элемент репортажного материала – деталь, которая должна быть экспрессивной, зрительной, слуховой. Метко подмеченные и переданные наглядные признаки факта – краски, звуки, ритмы – и создают эффект присутствия читателя на месте события. Такие детали создают эмоциональный фон и ритм репортажа, позволяют автору незаметно изложить свою позицию. Именно присутствие репортера на месте события

накладывает неповторимый отпечаток на его рассказ, создает иллюзию присутствия, искренность, правдивость, которую безошибочно чувствует и воспринимает читатель.

С этим связано и богатство изобразительно-выразительных средств репортажей, поскольку в этом жанре их многообразии является самым существенным, так как умелое использование языковых средств удостоверяет, в первую очередь, высокий уровень мастерства автора. В современных репортажах журналист, пользуясь разнообразными художественно-выразительными средствами изображения, владеет широкими возможностями показа жизненных явлений, в очерчивании внешней среды, в характеристике героев с помощью ярких деталей и особенностей языка. Так воссоздается «фрагмент действительности» во всех своих разнообразных проявлениях.

Чаще всего в современных репортажах автор использует пейзажные зарисовки. Этот информационный жанр предусматривает возможность использования в архитектонике произведения и интерьера. Часто в современном репортаже присутствуют и короткие портретные изображения человека – черты лица, одежда, движения, мимика, манеры. Эти внешние характеристики свидетельствуют о внутреннем состоянии персонажа, о его вкусах, социальном положении. Так, психическое состояние персонажа отображается в мимике, движениях, его вкус, социальное состояние – в одежде. Без образных подробностей, пейзажных и портретных зарисовок не вырисовывается ни образ человека, ни обстановка, ни картины действительности.

Одна из основных функций современного прессового репортажа – эстетическая: вся красота, все увиденное и услышанное автором, его впечатление от встреч с людьми, – направлено на воспитание у читателя чувства прекрасного и доброго. Кроме того, репортаж часто знакомит читателей с новыми странами, континентами или же заставляет по-новому посмотреть на известные с детства места.

Говоря о свойствах современного прессового репортажа, следует отметить и его способность к трансформации. Трансформационные процессы, которые происходят в последнее время в жанровой системе журналистики, порожденные как внутренними (творческие поиски журналиста), так и внешними (политическими, экономическими) факторами, повлияли и на развитие репортажа. Устранение цензуры и уменьшение пропагандистской направленности предоставило журналистам большую свободу в самовыражении и, соответственно, в жанроформировании.

Несмотря на то, что жанр, по словам М. Бахтина, «всегда тот и не тот, всегда старый и новый одновременно. Жанр живет нынешним, но

всегда помнит свое прошлое, свое начало. Жанр представитель творческой памяти... Именно поэтому жанр и способен обеспечить единство и непрерывность своего развития» [1, с. 178-179]. Он является переменной категорией, которая подлежит эволюции. В журналистике такие изменения принято называть модификациями.

Репортаж – не стабильная консервативная форма, а жанр, который находится в постоянном движении и развитии. Современный прессовый репортаж – один из немногих жанров современной журналистики, в котором интегрируются и находят свое отражение элементы разных жанров (отчет, интервью, комментарий, очерк), используются художественно-выразительные средства изображения действительности. В этом и заключается своеобразие репортажа. Его составляющими являются, во-первых, элементы информационного сообщения: подробности, свидетельства, документы, фрагменты ситуации, а, во-вторых, публицистические элементы: мысли, комментарии, оценки, лирические отступления. Эти все смысловые элементы выполняют в репортаже специфические функции. Таким образом, репортаж выходит за пределы информационной журналистики и приобретает синтетический характер.

Проанализировав газетные единицы за двенадцать лет (2000-2012 гг.), мы выявили и традиционные, и новые тенденции развития жанра репортажа в современной украинской прессе.

Среди традиционных выделяем такие:

1) Постоянное наличие жанра на страницах анализируемых изданий, о чем свидетельствуют, в частности, соответствующие рубрики в некоторых из них («Спецрепортаж», «Актуальный репортаж» – в «Экспрессе», «Репортаж «Дня» – в «Дне», «Специальный репортаж» – в «Украине молодой»).

2) Многофункциональность авторского «Я» и разные его проявления в произведениях жанра. Автор может выражать свое присутствие в репортаже по-разному – от активного использования репортерского «я» до создания образа очевидца-рассказчика. Ведь современный репортер не только наблюдатель, который фиксирует течение события, но и все чаще активный участник события, что позволяет ему изобразить ситуацию, которая сложилась, изнутри. Именно так создается эффект эмоциональной причастности читателя к событиям, которые происходят, что в значительной степени обеспечивает эффективность влияния журналистского материала.

3) Своеобразие синтаксиса, которое проявляется в: а) использовании вводных (выражают отношение автора к способу оформления высказываний, указывают на характер высказывания; для большей убедительности, достоверности; выражают эмоции и чувства автора репорта-

жа к смыслу предложения) и вставных (с их помощью осуществляется модальная и эмоционально-экспрессивная оценка сообщения; выступают в репортаже для уточнения, разъяснения, дополнения смысла основного предложения, указывают на определенные детали или новые факты, которые не были предусмотрены в момент формирования мысли) конструкций; б) использовании безличных предложений, стилистические качества которых предоставляют содержанию большей наглядности, свежести, резвости. Безличные односоставные предложения часто выступают в качестве основного элемента высказывания сложных фактов мышления и чувства человека, они выразительно окрашивают контекст экспрессивным тоном [2, с. 28]; в) использовании восклицательных предложений, которые выражают эмоциональные переживания того, кто говорит или его эмоционально-интеллектуальное отношение к фактам и явлениям действительности; г) преобладании предложений с прямой, не прямой, несобственно прямой речью (подтверждают увиденное и услышанное журналистом).

4) Богатство выразительно-изобразительных средств. Использование тропов зависит от индивидуального стиля репортера, а также его умения ими пользоваться.

Новые тенденции в развитии современного прессового репортажа такие:

1) В современном репортаже сочетаются как информационные, так и аналитические и публицистические начала. Репортаж, который рождался и первоначально развивался как информационный жанр журналистики, сегодня подвергается качественным изменениям за счет обогащения своей жанровой структуры элементами других жанров. На страницах отечественной периодики все чаще появляются тексты со смешанным жанровым характером, а именно:

- репортаж-интервью. Репортаж характеризуется реальной структурой изображаемого события, но включение интервью не разрушает стилистического жанрового единства, напротив, именно элементы интервью предоставляют репортажу большую убедительность, делают этот жанр динамическим, живым, интересным для аудитории. Справедливо заметил об элементах интервью в репортаже немецкий исследователь практической журналистики М. Халлер: «Живые голоса живых людей усиливают эффект достоверности, документальности..., репортер, участвуя в событии, напрямую может обратиться к его участникам и поинтересоваться их мнениями, суждениями, оценками» [10, с. 148];

- аналитический репортаж. В репортажах, которые встречаются на страницах современных украинских печатных изданий, все чаще можно увидеть элементы анализа события, в материалах привлекается внима-

ние к жизненным проблемам. С помощью оценки репортер выявляет отрицательные и положительные стороны ситуации, объясняет причины возникновения той или иной ситуации. Как отмечает М. Ким, «автор репортажа делится не только собственными впечатлениями и чувствами, но и мыслями. При этом авторские раздумья могут разворачиваться на фоне исторических параллелей, литературных реминисценций, сложных современных реалий» [11, с. 190]. Как жанровая модификация репортажа, аналитический репортаж является средством анализа, критики, размышлений и обобщений; он рассчитан на определенную реакцию влиятельных политических фигур в государственном механизме, общества в целом;

- репортаж-отчет. Сама жанровая форма отчета не предусматривает использования широкого спектра коммуникативно-изображающих и лингвистических приемов, ведь задание отчета – в первую очередь оперативно отреагировать на актуальное событие, выраженное вербально, поэтому, используя жанровую модель «репортаж-отчет», журналист может с помощью художественных выразительно-образительных средств, которые присущи жанровой форме репортажа, ярко, эмоционально, детально сообщить о ходе симпозиумов, семинаров, собраний, пресс-конференций. Таким образом, репортаж-отчет встречается на страницах печатных периодических изданий тогда, когда нужно ярко описать разнообразные заседания – от собраний общественных организаций до парламентских сессий;

- художественный репортаж, который находится на грани журналистики и художественной литературы, это своеобразное сочетание журналистской точности и объективности с художественной выразительностью текста. Образные средства, которые помогают ярче описать событие, явление или изобразить героев журналистского произведения, создают у читателя соответствующее настроение и приобретают большое значение в тексте репортажа.

Следовательно, именно репортаж как один из самых динамических жанров журналистики, имеет свойство быстро изменяться в соответствии с изменениями аудиторного спроса – не теряя свою основную характеристику – «эффекта наглядности» – он способен приобретать абсолютно новую форму.

2) Активное взаимодействие с жанрами других коммуникационных сфер (с доминированием признаков репортажа). Учитывая тенденцию к конвергенции жанров современных масовокоммуникационных потоков, полностью закономерным является включение в текст репортажа рекламного или PR- текста.

3) Интертекстуальность как характерный признак языкового творчества постмодерного времени, которое проявляется разными способами, в том числе использованием авторами прецедентных текстов.

Следовательно, репортаж в украинской современной прессе справедливо можно считать одним из самых эффективных жанров журналистики, поскольку он сочетает в себе преимущества оперативной подачи информации с авторским способом отражения. Специфические жанровые особенности репортажа – оперативность, динамическая наглядность того, что происходит, активно действующее авторское «Я», которое помогает создавать «эффект присутствия», дает возможность читателю вместе с репортером увидеть и почувствовать событие.

В то же время современный прессовый репортаж не стоит в стороне от инновационных процессов, которые характеризуют современное состояние журналистского жанрового мышления и выражают себя в диффузии, конвергенции жанровых форм, в использовании приемов постмодернистского письма (интертекстуальность и т. п.).

#### *Литература*

1. Бахтин, М. Проблемы поэтики Достоевского / М. Бахтин. – М. : «Советский писатель», 1963. – 364 с.
2. Ващенко, В. Стилистика предложений в украинском языке / В. Ващенко. – Днепропетровск, 1968. – 158 с.
3. Голик, О. Взаимокорреляция и взаимообогащение жанров: современные тенденции развития журналистского творчества / О. Голик. – Автореф. дис. канд. наук из соц. коммуникаций: спец. 27.00.04 – Теория та история журналистики. – К., 2009. – 17 с.
4. Ким, М. Новостная журналистика. Базовый курс. Учебник / М. Ким – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2005. – 352 с.
5. Ким, М. Репортаж: технология жанра: учеб. пособие / М. Ким – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2005. – 224 с.
6. Ким, М. Технология создания журналистского произведения / М. Ким – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. – 320 с.
7. Мельник, Г. Основы творческой деятельности журналиста / Г. Мельник, А. Тепляшина – СПб. : Питер, 2004. – 272 с.
8. Раковский, К. Наш экс-Кувейт / К. Раковский // Украинская неделя. – 2009. – 8-9 апр. – С. 40-43.
9. Ференц, Е. Сладкий обман / Е. Ференц // Информатор. – 2009. – 9-15 марта. – С. 4-5.
10. Халлер, М. Интервью: учеб. пособ. / под ред. В. Иванова. – К. : Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2008. – 404 с.
11. Халлер, М. Репортаж: учеб. пособ. / под ред. В. Иванова. – К. : Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2011. – 348 с.

## **ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИЙНЫХ МЕХАНИЗМОВ СОТРУДНИЧЕСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

В последнее десятилетие белорусско-китайские отношения стали занимать заметное место в информационном пространстве Беларуси. Причина такого пристального внимания к ним отечественных медиа объясняется как увеличением количества информационных поводов, которые генерируются в рамках всеобъемлющего стратегического партнерства наших стран, так и возрастанием значимости Китайской Народной Республики в мировой экономике и политике.

Достигнутому уровню взаимоотношений сторон, кроме традиционно определяемых характеристик (развитая договорно-правовая база, частота политических контактов, торгово-экономические показатели), соответствует и объективно проявляет себя в условиях информационного общества еще одна сущностная сторона – коммуникативно-информационная. Посредством ее отражается характер взаимодействия, социального общения, обмена информацией между субъектами процессов стратегического партнерства, а также тот социальный контекст, в который вписано данное коммуникативное событие, те коммуникационные практики, которыми оно артикулировано. В свою очередь, дискурсивная практика может считаться «посредником между текстом и социальной практикой» [1, с. 147].

Стратегическое партнерство предопределяет создание общего событийного и информационного пространства: представления людей о мире и происходящих процессах в значительной мере формируются медиа, а положительный имидж субъектов и объектов международных отношений играет заметную роль в политике и экономике. При этом медиа обладают возможностью не только отражать процессы, информировать об их ходе, но и в значительной степени формировать контент, канализировать и корректировать его прохождение и, следовательно, влиять на векторы и темпы стратегического партнерства. Таким образом, медиа начинают играть принципиально новую роль в данных процессах, становятся не просто активным участником их, но и актором. В силу чего в научном дискурсе исследуются «...результаты воздействия средств массовой информации на социум, которые проявляются в реализации прямых связей – влиянии контента самих СМИ (медиа-

контента) на внешнюю среду, социум, включающий все аспекты его функционирования...» [3, с. 161].

В белорусской международной журналистике в последнее время ускорился процесс специализации. В первую очередь, выделяется экономическое направление. Эта трансформация во многом совпадает с мировыми тенденциями, так как именно глобальная экономика генерирует широкий спектр тем, в этой сфере происходит много значимых и интересных событий. Основное отличие международной экономической журналистики в том, что у нее четко очерчена предметная область, которая детерминирует выбор тематики и проблематики.

В начале XXI века в фокус внимания медиа попадают ключевые аспекты международного сотрудничества Республики Беларусь со странами – стратегическими партнерами: именно на это время приходится его становление, как эффективной стратегии взаимодействия государств в условиях глобальных перемен.

Стратегическое партнерство с КНР является основополагающим направлением проводимой Республикой Беларусь внешнеэкономической политики, что обуславливает как количество и периодичность публикаций по данной тематике, так и их жанровую палитру. Для белорусской международной экономической журналистики в первом десятилетии XXI века тематика и проблематика стратегического партнерства Беларуси и Китая приобрела приоритетный характер. На данном этапе для нее характерно доминирование информационных жанров над аналитическими.

Процессы стратегического партнерства довольно отчетливо определяют тематику и проблематику публикаций в белорусских общественно-политических принт-медиа, которые тесно коррелируют с этапами двусторонних отношениях. При этом массив публикаций можно разделить на две части. К первой отнести те из них, которые непосредственно касаются всего спектра отношений двух стран, к другой – где речь идет о роли Китая в мировой экономике.

Среди факторов, оказывающих влияние на формирование тематических приоритетов белорусских медиа, прежде всего, следует назвать информационные потребности аудитории. Именно они в значительной степени предопределяют выбор той или иной внешнеэкономической темы. При этом макроэкономические факторы, которыми обусловлены долгосрочные интересы государства, социума, имеют доминирующее значение в определении основных проблемно-тематических направлений медиа. То есть за ними изначально закреплена функция целеполагания, исходя из иерархии целей и задач. Ключевая роль принадлежит внешнеэкономическим и внешнеполитическим процессам, где темы в

большей степени определяются политической и экономической конъюнктурой, чем текущими потребностями и запросами массовой аудитории. Можно предположить, что данный процесс во многом «запускается» через актуальные политические документы.

Информационные потребности аудитории белорусских медиа, как всего социума, так и отдельных индивидов, достаточно динамичны и многогранны, но четко не определены. Во многом именно этим обстоятельством определяются селекция новостей и событий, ориентация на широкую и разноплановую тематическую палитру. Как правило, изменение тематических доминант детерминировано текущими событиями в мировой экономике.

Рассмотрим, как реализуется этот механизм на примере ряда публикаций в ведущих белорусских принт-медиа в 2011–2012 годах.

В газете «Советская Белоруссия» по тематике белорусско-китайского сотрудничества работали собственный корреспондент (на дату публикации) И. Плескачевская и обозреватель И. Кольченко. Мы рассмотрели наиболее значимые публикации этих авторов, как правило, объемные, полосные (полоса формата А3).

Так, под колонтитулом «Параллели» размещен материал И. Плескачевской «Танцы с волками: 10 лет Китая в ВТО», который иллюстрирует инфографика об изменениях в китайской экономике за 10 лет пребывания этой страны в ВТО. Как отмечает автор, «поучительным в этом смысле является опыт нашего друга и стратегического партнера – Китайской Народной Республики», которая за десять лет стала второй экономикой мира, вышла на первое место в мире по объемам экспорта и на второе – по объемам импорта. И. Плескачевская анализирует ситуацию в китайском автомобилестроении, сельском хозяйстве, косметической промышленности и делает вывод о том, что признание Китая рыночной экономикой «вопрос не столько экономический, сколько политический и стратегический», во многом оно обусловлено перспективами развития отношений КНР с ЕС и США [4].

В этом же ключе написан и материал И. Кольченко «Битва за ресурсы. Копайте глубже» (колонтитул «Гелополитика»). Автор рассматривает конфликт на мировом рынке редкоземельных металлов, без которых невозможно развитие современной инновационной экономики. По разным оценкам на КНР приходится от 80 до 95 процентов их мирового производства, т.е. эта страна фактически монополист в добыче и продаже, может диктовать свои условия остальному миру. Автор цитирует китайских специалистов, в частности, статью эксперта по международной стратегии Центральной партийной школы Китая Ли Бина в центральном органе китайской печати газете «Женьминь жибао», в которой

дается детальный разбор ситуации с добычей и потреблением металлов этой группы в КНР, делается вывод о взаимосвязи и взаимозависимости экономик всех стран в глобальном мире, о том, что Китай найдет приемлемый выход из сложившейся ситуации [5]. Традиционно для газеты «Советская Белоруссия» материал сопровождается инфографикой «Объем добычи редкоземельных металлов».

Значимому событию – открывшемуся в Пекине 18 съезду Компартии Китая – газета «Советская Белоруссия» отвела полосу формата А3 под колонтитулом «Мир». В материале И. Плескачевской «На пороге новой эры» об этом съезде, который признан “судьбоносным” – к власти придет новое (пятое) поколение коллективного руководства, будет избран новый генеральный секретарь партии, который по сложившейся традиции в марте станет главой государства, – подробно рассказывается о механизме избрания нового лидера КПК и руководящих партийных органов, о предпринимаемых в Пекине накануне мерах безопасности. Автор цитирует китайскую прессу, в которой говорится об остром для страны социально-экономическом вопросе, борьбе с коррупцией: За пять лет, прошедших после 17 съезда КПК, за нарушение партийной дисциплины к ответственности привлечены 660 тыс. чиновников. Самыми громкими оказались дела бывшего члена Политбюро и партийного секретаря города Чунцина Бо Силая, министра железных дорог Лю Чжицзюня и мэра города Шэньчжэня Суй Цзунхэна. Подробно рассказывает автор о показательном случае Премьера Госсовета КНР Вон Цзянбао, которого газета «Нью – Йорк таймс» также обвинила в нажитых нечестно средствах. Большое внимание уделено и другой проблеме – социальному расслоению китайского общества: «После начала реформ прошло более 30 лет, и многие действительно разбогатели: в стране живут полтора миллиона долларовых миллионеров и 250 миллиардеров (для понимания темпов роста: в 2006 году их было всего 15). <...> Но развитие идет крайне неравномерно: более 150 млн. китайцев живут за официальной чертой бедности» [6].

Традиционная инфографика: «18 съезд КПК в цифрах» (количество делегатов, иностранных корреспондентов, доля делегатов-женщин, средний возраст и т.д.). А также «Золотое десятилетие» (2002–2011гг.), в цифрах» которой иллюстрируется динамика таких показателей, как ВВП, внешняя торговля, ЗВР, количество личных автомобилей и т.д.

Такой же по объему материал под тем же колонтитулом «Мир» китайского собкора «Советской Белоруссии» «Пекин: новая культурная революция в разгаре» посвящен пленуму ЦК КПК, на котором впервые за последние 15 лет была рассмотрена новая концепция культурного развития страны. Ее необходимость обусловлена тем, что, если раньше

среднезажиточное общество (сяокан), которое должно быть построено к 2020 году, «измеряли больше в экономических (то есть материальных) терминах, то сейчас заговорили о духовности, морали и ценностях – их дефицит стал остро ощущаться в последнее время». Причем у понятия «культура» множество интерпретаций: «Это и бизнес, которому решено уделять больше внимания и сделать культурную индустрию серьезным источником дохода и экспортным продуктом. ...В прошлом году в Китае выпустили 520 кинофильмов, они собрали в прокате 1,57 млрд. долларов (рост в 10 раз(!) по сравнению с 2002 годом)». И далее «Китай намерен вкладывать в культуру не просто большие, а очень большие деньги – культурная индустрия признана одной из ключевых отраслей, и ожидается, что ее доля в ВВП страны к 2016 году достигнет 5% (сейчас – 2,78%)» [7].

И. Кольченко в материале «Юань даст сдачи доллару?» рассматривает ситуацию во взаимоотношениях США и КНР, вызванную якобы заниженным курсом юаня по отношению к американскому доллару. Такой курс, полагают американцы, привел к огромному отрицательному сальдо во взаимной торговле. Автор приводит мнение китайского МИДа, цитирует статьи «Жэньминь жибао» и независимых экспертов. Он приходит к выводу, что «все государства, не только США, давно “подсели” на китайскую одежду и технику, но только Вашингтон имеет достаточный вес, чтобы об этом прямо заявлять. Хотя тоже не очень громко. Дело в том, что КНР основной кредитор США, в его золотовалютном резерве хранятся сотни миллиардов долларов – ничто, в том числе юань, не заменит в ближайшей перспективе доллар. Но это же обстоятельство делает две страны взаимозависимыми. Поэтому никому из них не нужна настоящая торговая или валютная война» [8].

Эту же мысль И. Кольченко приводит и в материале «Впереди большие планы», где он дает оценку роли Китая в современном мире и белорусско-китайских отношениях. Президент Александр Лукашенко пригласил в свою резиденцию посла КНР Лу Гуйчена по случаю завершения его дипломатической каденции в Минске, чтобы попрощаться, поблагодарить и поговорить об отношениях между двумя государствами. «Во время глобальных экономических перетурбаций Поднебесная парадоксально остается островком стабильности. Экономический рост не опускается ниже 10% ВВП в год. Эта страна – уже не просто экономический мотор планеты, но и геополитическая супердержава, без которой не обходится решение ни одного важного вопроса. По мнению Александра Лукашенко, существование великого Китая уравнивает ситуацию в мире, способствует формированию многополярного устройства, и в дальнейшем его влияние будет только увеличиваться» [9]. Ма-

териал традиционно сопровождает инфографика «Инвестиционное сотрудничество Беларуси и КНР».

Поводом для материала И. Плескачевской «Вести с белорусско-китайской границы» (колонтитул «Мир») послужило заседание в Пекине двусторонней белорусско-китайской комиссии по торгово-экономическому сотрудничеству, на которую прибыла делегация нашей страны во главе с заместителем председателя Совета Министров Республики Беларусь А. Тозиком. Автор называет три причины привлекательности Беларуси для китайских инвесторов: «Первая – политическая: за 20 лет, прошедших со дня установления дипломатических отношений (юбилей будем праздновать в январе будущего года), между нашими странами не возникало проблем, мы доверяем друг другу, наши взгляды на мировые процессы во многом схожи. Причина вторая – чисто экономическая: Беларусь – экономически развитая страна, у нас хорошая производственная база и квалифицированные кадры. <...> И третья причина привлекательности Беларуси для китайских инвесторов – психологическая: белорусы хорошо относятся к Китаю и китайцам и это тоже играет свою роль» [10].

«Народная газета» в номере за 1 ноября 2011 года всю пятую полосу номера посвятила белорусско-китайским отношениям (материалы полосы подготовил Е. Кононович). В большом обзорном материале «Когда в товарищах согласье есть» (подзаголовок: «Какую пользу может принести взаимовыгодное сближение Беларуси и Китая») автор напомнил историю двустороннего сотрудничества, проанализировал его развитие по всем направлениям. Е. Кононович утверждает, что «принципиальный момент состоит в том, что реализуемые с китайскими партнерами проекты, как правило, носят импортозамещающий и экспортно ориентированный характер. Они также направлены на модернизацию белорусской экономики, увеличение использования местных ресурсов. В стратегическом плане это очень важно для Беларуси, нацеленной на увеличение объемов производства, расширение экспортных поставок» [11]. Этот тезис подкреплен мнением Чрезвычайного и Полномочного Посла Китая в Беларуси Лу Гуйчэна (рубрика «Прямая речь»).

На этой же полосе – рассказ об инвестиционном проекте по строительству китайской стороной жилого комплекса в столичном микрорайоне Лебяжий («Микрорайон завтрашнего дня», подзаголовок «Китайские партнеры не только инвестируют в строительство, но и предлагают весьма необычные идеи»). А также о планируемом строительстве пятизвездочного гостиничного комплекса «Пекин» («Пять звезд качества и комфорта», подзаголовок «Жители и гости столицы могут побывать в

Пекине, не выезжая за пределы кольцевой автодороги»). Здесь же рядом – подверстка о китайском опыте в строительстве («Шире, выше, больше...») и мнения трех белорусских экспертов о строительной отрасли в Китае. В частности, О. Пронин, генеральный директор ЗАО «Пересвет – Инвест» сказал: «Строительство в Китае – это грамотное управление, высокая организация и слаженность в работе. С китайскими подрядными организациями сроки строительства проектов комплексной застройки сокращаются на 15-20 процентов, что позволяет увеличить оборачиваемость средств и повышает доходность проектов» [11].

М. Шиманский провел два интервью с Чрезвычайными и Полномочными Послами КНР в нашей стране, которые с годовым интервалом были опубликованы в газете «Рэспубліка». Первое – с Чрезвычайным и Полномочным Послом Китайской Народной Республики в Беларуси Лу Гуйченем (на дату публикации) «Отношения между нашими странами вышли на стратегический уровень», приуроченное к 62-й годовщине образования КНР. Из шести вопросов, заданных Послу, три касались ситуации в Китае и три – сотрудничеству наших стран в экономике. Так, Лу Гуйчен отметил, что «с учетом взаимодополняющих характеристик китайской и белорусской экономик и стратегии развития своих стран в дальнейшем будет расширяться сотрудничество и добавляться каналы финансирования по крупным проектам» [12].

Второе – с Чрезвычайным и Полномочным послом КНР в нашей стране Гу Цзяньвеем (на дату публикации) «Китай – Беларусь: время больших инвестиций», значительная часть вопросов затрагивала белорусско-китайские экономические отношения. Посол констатировал, что «в последние годы появился весьма важный феномен в нашем деловом сотрудничестве. Он характеризуется как постепенный переход от чисто торгового сотрудничества к финансово-инвестиционному» [13]. Это утверждение подтверждаются перечислением 20 реализуемых крупных проектов в различных областях и суммами, которые характеризуют объемы кредитных линий.

Появление в газете «Рэспубліка» данных интервью, на наш взгляд, в значительной степени обусловлено воздействием факторов, относящихся к первой группе, так как они во многом детерминированы именно макроэкономическими и внешнеполитическими условиями. Данная тенденция прослеживается и в публикациях, в частности, И. Плещачевской и И. Кольченко, которые также обусловлены макроэкономическими факторами. В то же время они удовлетворяют информационные потребности белорусской аудитории, работают на формирование имиджа КНР в сознании наших граждан

Таким образом, публикации белорусских принт-медиа зависят в первую очередь от макроэкономических факторов и долгосрочных интересов государства, от информационных потребностей аудитории. Их содержание обусловлено как непосредственно процессами сотрудничества Беларуси и Китая, так и ролью Китая в мировой экономике и политике. Таким образом реализуется коммуникационно-информационная составляющая стратегического партнерства, создается и функционирует информационное пространство, которое в перспективе стремится к общему.

#### *Литература*

1. Тетерин, А. Е. Применение качественных методов в политологическом исследовании (на примере критического дискурса-анализа Н. Фэркло) // Полис: Политический дискурс. – 2011. – № 5. – С. 145-150.
2. Сеидов, В. Г. Взаимоотношения государства и СМИ в условиях современной России Внешнеполитическая информация и современная дипломатия / В. Г. Сеидов. – М. : Бизнес-Пресс, 2001. – 189 с.
3. Демина, И. Н. Трансформация медиасистемы: общие подходы и технологический аспект / И. Н. Демина // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2010. – №2. – С. 159-163.
4. Плескачевская, И. Танцы с волками: 10 лет Китая в ВТО / И. Плескачевская // Советская Белоруссия. – 2011. – 16 дек. – С. 6.
5. Кольченко, И. Битва за ресурсы. Копайте глубже / И. Кольченко // Советская Белоруссия. – 2011. – 21 мая. – С. 22.
6. Плескачевская, И. На пороге новой эры / И. Плескачевская // Советская Белоруссия. – 2012. – 9 нояб. – С. 6.
7. Плескачевская, И. Пекин: новая культурная революция в разгаре / И. Плескачевская // Советская Белоруссия. – 2011. – 27 окт. – С. 5.
8. Кольченко, И. Юань даст сдачи доллару? / И. Кольченко // Советская Белоруссия. – 2011. – 8 окт. – С. 5.
9. Кольченко, И. Впереди – большие планы / И. Кольченко // Советская Белоруссия // – 2011. – 6 дек. – С. 2.
10. Плескачевская, И. Вести с белорусско-китайской границы / И. Плескачевская // Советская Белоруссия. – 2011. – 10 нояб. – С. 5.
11. Кононович, Е. Когда в товарищах согласие есть / Е. Кононович // Народная газета. – 2011. – 1 нояб. – С. 5
12. Шиманский, М. Отношения между нашими странами вышли на стратегический уровень / М. Шиманский // Рэспубліка. – 2011. – 1 окт. – С. 7.
13. Шиманский, М. Китай – Беларусь: время больших инвестиций / М. Шиманский // Рэспубліка. – 2012. – 24 окт. – С. 6.

## **ЕЎРАЗІЙСКІ ЭКАНАМІЧНЫ САЮЗ ЯК ІНФАРМАЦЫЙНАЯ ПРАСТОРА ДЛЯ ІНТЭГРАЦЫІ**

Станаўленне Еўразійскага эканамічнага саюза, які з пачаткам 2015г. уступіў у стадыю трансфармацыі з палітычнага праекту ў эканамічную рэальнасць, як і любога іншага інтэграцыйнага аб'яднання, мае патрэбу ў мэтанакіраваным інфармацыйным суправаджэнні. Заканамерна, што прымаемыя на вышэйшым узроўні палітычныя рашэнні, арыентаваныя на развіццё гандлю, турыстычных, будаўнічых, сельскагаспадарчых і іншых паслуг, адзінага рынку медыцынскіх вырабаў, нафты, газу і электраэнергіі, а таксама фінансавага рынку Арменіі, Беларусі, Казахстана, Кіргізіі і Расіі, вызначаюць змест вядучых нацыянальных СМІ краін-удзельніц ЕАЭС. Але паралельна разгортваецца стыхійны працэс узаемадзеяння медыясфер дзяржаў і рэгіёнаў, які ў перспектыве здольны прывесці да фарміравання адзінай інфармацыйнай прасторы саюза. Апошняя ва ўмовах глабалізацыі і інфарматызацыі сусветнай палітыкі становіцца вядучым фактарам і найважнейшым індикатарам эфектыўнасці інтэграцыйных працэсаў.

Еўразійская інфармацыйная прастора мае пад сабой досыць магутны культурны базіс, які застаўся ў спадчыну ад савецкай эпохі і цяпер утварае спрыяльную глебу для стварэння з дапамогай СМІ прывабнага вобразу ЕАЭС – разам з устойлівай ідэнтычнасцю “саюзнага” грамадзяніна і настальгіяй старэйшага і сярэдняга пакаленняў (стаўленнем да распаду СССР як да “найвялікшай геапалітычнай катастрофы XX стагоддзя”). У гэты шэраг варта паставіць таксама адсутнасць на інтэгруемай тэрыторыі моўных бар'ераў, шырокае распаўсюджванне рускамоўных медыя, сталую практыку міждзяржаўнага вяшчання (ТРК “Мир”, спадарожнікавы канал Саюза Беларусі і Расіі “ТРА”) і стабільную аўдыторную цікавасць да падзей у дзяржавах былога СССР. З іншага боку, эканамічны фармат еўразійскай інтэграцыі для значнай часткі насельніцтва не з'яўляецца дастаткова зразумелым і адчувальным, а выгоды, якія нясе новае аб'яднанне, накіраваныя на доўгатэрміновую перспектыву. Да суб'ектыўных фактараў, якія перашкаджаюць стварэнню адзінай інфармацыйнай прасторы, мы аднясем несфармаванасць ў свядомасці грамадзян ўспрымання Арменіі, Беларусі, Казахстана, Кіргізіі і Расіі як краін, звязаных новым тыпам палітыка-эканамічных адносін, а таксама

дэфармаванае ўяўленне аб Еўразійскім праекце як аб спробе рэанімацыі СССР у рынковым фармаце ў процівагу росту ўплыву Еўрапейскага саюза.

Шмат у чым названья супярэчнасці звязваюцца з непаслядоўнай пазіцыяй СМІ саюзных дзяржаў. З улікам таго, што Беларусь стала першай краінай, якая трымае старшынство ў ЕАЭС, рэспубліка непазбежна сутыкнецца з задачай выпрацоўкі стратэгіі інфармацыйнай інтэграцыі.

У гэтай сувязі дарэчы весці размову аб двух напрамках ўзаемадзеяння медыясфер саюзных дзяржаў: інтэграцыі “зверху”, якая вызначаецца ў асноўным палітычнымі рашэннямі, і інтэграцыі “знізу”, што адлюстроўвае пошук кропак сутыкнення ў лакальных структурах, арганізацыях грамадзянскай супольнасці. І калі першы напрамак звязаны з дзейнасцю агульнаацыянальных і міждзяржаўных медыяструктур, то другі ў большай ступені залежыць ад удзелу рэгіянальных СМІ, а таксама ад характару абмеркавання пытанняў інтэграцыі ў інтэрнэт-прасторы.

Інфармацыйная інтэграцыя “зверху” ўяўляецца нам задачай хутчэй палітычнай, чым медыйнай: краіны-члены ЕАЭС валодаюць магутным дзяржаўным рэсурсам рэгулявання дзейнасці вядучых СМІ, вызначэння вяшчальнай і рэдакцыйнай палітыкі і актуалізацыі прыярытэтных інфармацыі пры фарміраванні парадку дня. Інтэграцыя “знізу” адлюстроўвае стыхійны медыякантэкст міждзяржаўных палітычных працэсаў і з’яўляецца больш карэктным крытэрыем ацэнкі іх эфектыўнасці, бо яна не падпадае пад уплыў палітычных рознагалоссяў, не мае жорсткай заканадаўчай рэгламентацыі і адлюстроўвае рэальныя патрэбы грамадзян.

Ва ўмовах паскоранага развіцця інтэграцыйных працэсаў адзначаецца тэндэнцыя да аб’яднання вышэйназваных накірункаў. Напрыклад, падчас 12 прэс-туру прадстаўнікоў рэгіянальных СМІ ў канцы 2014г. Беларусь наведаль больш за 100 журналістаў з 50 рэгіёнаў Расійскай Федэрацыі, якіх цікавілі ў тым ліку пытанні еўразійскай інтэграцыі. Падобнае ўключэнне ў дыскурс рэгіянальных СМІ праблематыкі ЕАЭС уяўляецца задачай, якая патрабуе аператыўнага рашэння, бо ў цяперашні час гэты магутны рэсурс выкарыстоўваецца недастаткова эфектыўна. Праведзены намі аналіз паказаў, што ў Рэспубліцы Беларусь лакальныя медыяструктуры часцей абмяжоўваюцца сухой рэтрансляцыяй афіцыйнай інфармацыі, не звяртаючыся да яе асэнсавання з улікам патрэб рэгіянальнай аўдыторыі. Як вынік, у апошняй фарміруецца пазіцыя дыстанцыравання ад палітычных рашэнняў цэнтра, замацоўваецца неразуменне выгады

інтэграцыйных працесаў з пункту гледжання надзённых праблем і патрэб. ЕАЭС застаецца “малапрыкметным” утварэннем для беларусаў яшчэ і з той прычыны, што рэспубліка на працягу двух дзесяцігоддзяў актыўна ўдзельнічае ў рэалізацыі міждзяржаўных праектаў ва ўсходнім напрамку, таму апошнія падзеі на “інтэграцыйным фронце” нясуць мала прынцыпова новай інфармацыі.

У публічнай свядомасці імідж еўразійскіх інтэграцыйных праектаў успрымаецца скрозь прызму іміджу Расіі – нефармальнага лідэра аб’яднанняў, які складваецца пад уплывам антырасійскай інфармацыйнай кампаніі, што актыўна праводзіцца Захадам на рубяжы 2014–2015 гг. У такіх умовах любая супярэчлівая інфармацыя можа стварыць перадумовы для інфармацыйнай агрэсіі. Паказальны прыклад адносіцца да канца 2014г., калі завяршалася падрыхтоўка да “запуску” ЕАЭС. На саміце ЕАЭС і АДКБ (23 снежня 2014г.) Прэзідэнт Рэспублікі Беларусь Аляксандр Лукашэнка выступіў з крытыкай у адрас журналістаў, якія свядома абвастраюць супярэчнасці паміж СМІ і еўразійскай супольнасцю, што ў праўладнай расійскай газеце “Ведомости” было названа “абструкцыяй расійскім журналістам”. Пасыл быў імгненна падхоплены заходнімі СМІ: вядучыя выданні выйшлі з катэгарычнымі загалоўкамі, якія паказвалі на бесперспектыўнасць еўразійскай інтэграцыі (“ЕАЭС: мёртвы саюз?” – Руская служба Deutsche Welle, “Еўразійскае адзінства пад пагрозай, нягледзячы на пашырэнне блока” – Financial Times, “Саміт ЕАЭС пачынаецца з дэманстрацыі раз’яднанасці” – Euronews і інш.). Французская газета Le Monde ў адным з першых выпускаў 2015г. прыводзіць параўнанне ЕАЭС і Еўрасаюза, які стаў узорам для еўразійскай інтэграцыі: адзначаецца, што на долю Расіі прыпадае 85% насельніцтва і 80% валавога ўнутранага прадукту саюза, у той час як ЕС складаецца з параўнальна роўных дзяржаў. Таксама ў матэрыяле падвяргаецца сумневу праграмная грунтоўнасць новага аб’яднання (праект ЕС выношваўся больш за 40 гадоў, ЕАЭС – не больш за 5 гадоў) і г. д.

Безумоўна, падобная танальнасць паведамленняў у замежнай прэсе мае пад сабой падставы: у другой палове 2014г. эканамічныя адносіны Беларусі з Расіяй абвастраліся на фоне сустрэчных санкцый, якія ўвяла Расія супраць заходніх краін. Масква абвінаваціла Мінск у пастаўках еўрапейскіх тавараў, якія падпадаюць пад харчовае эмбарга, і спыніла імпорт прадукцыі некаторых беларускіх прадпрыемстваў; Беларусь аднавіла мытны кантроль на мяжы з РФ. У гэтай сувязі ўзнікае неадназначнае пытанне: ці можна казаць аб выпрацоўцы адзінай інфармацыйнай стратэгіі ва ўмовах існавання ў рамках інтэграцыйных

праектаў эканамічных супярэчнасцей, якія маюць палітычныя падставы? Бо агульныя перспектывы ЕАЭС ацэньваюцца неадназначна не толькі заходнімі медыя, але і аўтарытэтнымі інфармацыйнымі рэсурсамі саюза (танальнасць паведамленняў нярэдка насцярожаная і занепакоеная).

На наш погляд, першараднай задачай з’яўляецца ліквідацыя дэфіцыту аб’ектыўнай інфармацыі, якая закранае розныя аспекты інтэграцыі і падаецца ў адаптаваным для ўспрымання масавай аўдыторыяй выглядзе. Для гэтага неабходна пашырэнне прысутнасці ў рэгіянальным дыскурсе СМІ інфармацыі міжнароднага характару, а таксама адлюстраванне ў медыяпаведамленнях узаемадзеяння рэгіёнаў саюзных краін. Другі актуальны напрамак заключаецца ў стварэнні станоўчага іміджу інтэграцыйных аб’яднанняў. Гэта непазбежна прывядзе да актуалізацыі ролі міждзяржаўных медыя – ТРК “Саюз” і ТРК “Мир”, у перспектыве – да рэалізацыі праектаў грамадскага вяшчання ЕАЭС. З улікам таго, што саюз пазіцыянуецца як аб’яднанне хутэй эканамічнае, чым палітычнае, у яго рамках цалкам можа быць рэалізавана заходняя мадэль грамадскага вяшчання. Нарэшце, найбольш аператыўным напрамкам аптымізацыі інфармацыйнай прасторы з’яўляецца пашырэнне прысутнасці інтэграцыйных праектаў у інтэрнэт-кантэнце. У якасці прыкладу прывядзем “Еўразійскі камунікацыйны цэнтр”, створаны інфармацыйным агенцтвам “Россия сегодня” і паліталагічным цэнтрам “Север – Юг” [1]. У межах работы па ўзмацненні інфармацыйнай падтрымкі еўразійскай інтэграцыі цэнтр ажыццяўляе ўзаемадзеянне з расійскай і замежнай экспертнай супольнасцю, а таксама з прадстаўнікамі СМІ: праводзіць круглыя сталы, відэамасты і прэс-мерапрыемствы па тэме інтэграцыі, рэалізуе камунікацыйныя і інфармацыйныя праграмы і г. д.

Фарміраванне інфармацыйнай прасторы ЕАЭС адбываецца ў парадакснальных ўмовах недастатковага разумення, але лаяльнага стаўлення насельніцтва краін-удзельніц да аб’яднання рынкаў. Праведзенае ў 2014г. даследаванне пазіцыі расійскага грамадства адносна інтэграцыйных працэсаў на еўразійскай эканамічнай прасторы паказала, што 70% апытаных станоўча ўспрымаюць праект ЕАЭС. Узровень падтрымкі ЕАЭС у Казахстане складае па розных дадзеных ад 55% (даследаванне пазіцыі інтэрнэт-карыстальнікаў) да 85% (дадзеныя Казахстанскага інстытута стратэгічных даследаванняў). Аднак каля 7% рэспандэнтаў выказалі асцярогу адносна траплення ў палітычную залежнасць ад Расіі (нягледзячы на адсутнасць у саюзе палітычных інстытутаў і парытэтных механізм прыняцця рашэнняў) [3]. Незалежнае даследаванне, праведзенае ў Беларусі, сведчыць, што большая частка

насельніцтва рэспублікі падтрымлівае “інтэграцыю на Усход”: 44,4% ацэньваюць членства Беларусі ў Еўразійскім эканамічным саюзе станю́ча, 31,5% – абьякава, 18,1% – адмоўна (6% не змаглі вызначыцца з адказам) [2]. Экспрэс-апытанні насельніцтва, праведзеныя журналістамі, сведчаць аб скажоным ўспрыманні беларусамі сутнасці еўразійскай інтэграцыі (распаўсюджаныя пазіцыі “ЕАЭС – гэта спроба аднавіць СССР”, “ЕАЭС ствараецца для ўзаемнай падтрымкі ва ўмовах крызісу”, “ЕАЭС – складаная і незразумелая палітычная з’ява”). На наш погляд, такія неадназначныя пазіцыі паказваюць на наяўнасць прабелаў у інфармацыйным забеспячэнні станаўлення ЕАЭС.

У кантэксце праблемы еўразійскай інтэграцыі ўзнікае пытанне самаідэнтыфікацыі: паняцце “еўразіец” чужое для масавай свядомасці (для параўнання, намінацыя “еўрапеец” для насельніцтва Еўрасаюза з’яўляецца звыклай). Замацаванне ў грамадскім дыскурсе паняцця еўразійскай грамадзянскасці будзе сведчаннем пераходу інтэграцыі з навуковага і палітычнага ўзроўню ў сферу рэальнасці, у тым ліку інфармацыйнай. У перспектыве мы можам казаць аб праявах ўзмацнення зваротнай сувязі ў сістэме інтэграцыйных утварэнняў, пры якой інфармацыйная інтэграцыя стварае базу для развіцця нефармальнага сувязей на узроўнях ад рэгіянальнага да нацыянальнага, а далей гэтыя сувязі становяцца падставай для паглыблення інстытуцыйнага ўзаемадзеяння.

#### *Літаратура*

1. Евразийский коммуникационный центр [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://eurasiancenter.ru>. – Дата доступа: 04.01.2015.
2. Чуть дальше от России // НИСЭПИ: Независимый институт социально-экономических и политических исследований [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://www.iiseps.org/analitica/821>. – Дата доступа: 04.01.2015.
3. 70 процентов россиян поддерживают Евразийский экономический союз // Интернет-портал СНГ [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://www.e-cis.info/news.php?id=9789>. – Дата доступа: 04.01.2015.

## **ГЕНЕРИРОВАНИЕ НОВОСТЕЙ СОЦИАЛЬНЫМИ МЕДИА: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Современное общество живет в чрезвычайно быстром темпоритме, который стал нормой, заставляющей средства массовой информации оперативно реагировать на события. В связи с этим на современном этапе развития СМИ оказались в ситуации переживания тектонических изменений, связанных с необходимостью преодоления множественных вызовов, активизируя процесс усиления смысловой емкости новостей. Сверхбыстрое устаревание информации приводит к осознанию необходимости обновления инструментария работы, переоценке методов и стратегий оперативного освещения событий, что должно привести к утверждению новой доктрины новостных медиа. Реальность работы украинских новостных медиа свидетельствует, что, несмотря на активизацию внутренних и внешних угрожающих сигналов, переосмысление принципов работы состоялось частично. Важным вызовом становится необходимость сбалансировать ситуацию при помощи внедрения в рабочий процесс технических и технологических инноваций.

Актуальность исследования определяется постоянным увеличением интереса к изучению новых дискурсивных практик в интернет-пространстве. Изучение новостного дискурса в наиболее динамичной отрасли – в сфере компьютерной коммуникации – явление в современном научном пространстве не частое. Актуальность также обусловлена попыткой изучить специфику производства и восприятия новостного дискурса в сетевом пространстве с помощью когнитивного и прагматического ракурсов.

Влияние цифровых технологий на новостные медиа в отдельности не изучалось. Находим только единичные упоминания в работах, которые посвящены описанию новостных медиа: Ф. Джефкинс, Д. Ядин, М. Чернокондратенко. Сетевая коммуникация и сетевые СМИ стали предметом исследования в работах Л. Городенко, И. Артамоновой. Социальные медиа в целом и сети в частности изучают М. Далворт, С. Дутти и М. Фрейзер, К. Ших. Специалистами по онлайн-коммуникации являются основатели популярных украинских изданий М. Саваневский (издание Watcher), А. Оруджалиев (Ain.ua), а также А. Ольшанский, М. Пуговский.

Целью исследования является получение знаний о значении социальных медиа в процессе передачи новостной информации.

Сетевая коммуникация должна восприниматься как новый вид коммуникативного пространства с применением возможностей инновационных технологий интернета, который «объединяет разноуровневые и многогранные возможности общения с помощью и в среде новейших информационно-коммуникационных технологий» [1, с. 5]. Активно интернет-коммуникацией как фактором трансформации информационной среды занималась российская исследовательница М. Шилина, которая убеждена, что состоялся медиакommunikативный сдвиг, который вызвал необходимость для медиа сориентироваться на индивидуальный, групповой и массовый формат вещания и обмена информацией, задействовать различные коммуникативные средства [3]. Социальные медиа, благодаря мобильности и доступности ресурса, а также объединенности распространителей информации в единую разветвленную сеть, становятся активными участниками сетевого новостного контента. Несмотря на то, что новости в журналистских кругах принято считать наиболее традиционной, классической и перманентной формой коммуникации, под влиянием вызовов современности они изменяются. Производство новостей может происходить при использовании различных каналов: во-первых, создателем сообщений является средство массовой информации (электронная газета, интернет-портал, телевидение, печатная газета); во-вторых, – эксперты или известные люди, которые либо обладают интересной информацией, либо предлагают свое видение проблемы; в-третьих – рядовые граждане, ставшие очевидцами происшествия.

События 2013 – 2015 гг. на Украине и в мире показали чрезвычайную мобильность социальных сетей в сообщении и передаче новостей и важной информации. В то же время способ передачи новостей в каждой социальной сети происходит по-разному. В социальной сети «Одноклассники», чтобы сообщение от читателя сгенерировалось в круг друзей, нужно нажать знак одобрения «лайк». Сеть «Facebook» предлагает более взвешенную стратегию, предоставляя два критерия – отношение к информации «нравится», «поделиться». Такой подход позволяет передавать для «друзей» только важную, с точки зрения владельца аккаунта, информацию, которой он захотел поделиться. Получать новостные сообщения в профиле пользователя из специализированных ресурсов можно осуществив «подписку».

Социальные сети длительное время воспринимались как способ общения в соответствии с профессиональными или личностными интересами. В то же время исследователи скептически относились к ним как к генератору новостного контента. Подавляющее большинство инфор-

мационных ресурсов открывали аккаунт с целью засвидетельствовать свое присутствие на рынке и увеличить собственную узнаваемость, но проявляли чрезвычайную пассивность из-за невысокой частотности обновления информации.

Для получения информации о представленности новостных средств массовой информации в социальных сетях были использованы данные, найденные через поисковые системы социальных сетей и информация на страницах СМИ в интернете, в исследовании приняли участие 400 украинских новостных средств массовой информации. Исследование показало, что популярность социальных медиа как способа распространения информации среди печатных и электронных изданий (по данным Украинской ассоциации периодической прессы зарегистрировано по состоянию на 2014г. 42573 печатных изданий разной сферы распространения), а также телерадиокомпаний (существует 744 телерадиокомпаний) не значительно.

Динамику спроса аудитории на поиск оперативной информации через аккаунты новостных медиа в социальных сетях позволяет оценить исследование, проведенное в социальных сетях Facebook и Вконтакте. Оно показало, что влияние социальных сетей на контент информационных выпусков может быть положительным, в частности, когда речь идет о взаимовыгодном сосуществовании этих двух источников информации: новости порождают комментарии и имеют продолжение в соцсетях, а детали, взятые из сетей, дополняют выпуски. Преимущественно существует два способа функционирования новостей в социальных сетях: во-первых – как материалы, размещенные на аккаунте информационного агентства, телеканала, газетно-журнального издания; во-вторых – как материалы, созданные пользователями с места событий. К тому же новостные средства массовой информации расширяют постепенно продвижение медиапродукции в социальных сетях, а также генерируют тенденцию к использованию «журналистики мнений» в блогах и микроблогах. Наибольшая представленность наблюдается в Twitter, в то же время зафиксирована внимание и к «Живому Журналу» и к «Blogspot».

Анализ новостных ресурсов, который был проведен в сети «Вконтакте», показал, что их популярность в данном социальном медиа значительно ниже, чем на Facebook. Ростом отметилась количество аудитории в издание «Корреспондент.net» и канала «Канал 24», во всех остальных случаях было зафиксировано снижение количества потребителей контента.

Наблюдается зарождение еще одной новой тенденции, когда читателям вместо новостных сайтов становятся интересными журналистские блоги, в которых публикуются комментарии на различные актуальные

события. Ранее же, наоборот, информационное вещание преобладало над комментированием. Итак, сухое информирование еще остается актуальным на современном этапе развития общества, но неосведомленность людей в тонкостях событий заставляет проявлять потребность в экспертных комментариях, которые можно получить либо на авторских блогах, либо с помощью индивидуальных аккаунтов экспертов в социальных сетях. В конце 2013 – начале 2014 гг. на Facebook пользовались популярностью сообщения экспертов, например, Бориса Филатова ([facebook.com/borys.filatov](https://www.facebook.com/borys.filatov)), Дмитрия Калинина ([facebook.com/doks.stroimdom](https://www.facebook.com/doks.stroimdom)), Игоря Кабаненко ([facebook.com/kabanenko.ihor](https://www.facebook.com/kabanenko.ihor)).

Блоги созданы в специализированных блогосферах и на сайтах новостных СМИ. Например, интересные сообщения в разделе «Блоги» на сайте телеканала ТВІ – блоги Степана Процюка, Андрея Кокотюхи, Сергея Руденко. Всего на ресурсе с января по апрель 2014г. в этом разделе опубликовано 1107 статей. Тогда как с момента появления этой рубрики в августе 2013г. до декабря 2013г. размещено всего 303 статьи, с августа по декабрь 2014г. – 878 статей. Связано это с увеличением информационных поводов внутри страны, которые нуждаются в комментировании и уточнении.

Графическое оформление и рубрикация порталов стали лаконичными и простыми, что облегчает навигацию для пользователей. Дизайн предусматривает больше места для фотографий, видео и аналитических материалов. Все сервисы интегрированы на одной платформе: статьи, фоторепортажи, видео, аудио, интерактивные приложения. Тексты сгруппированы по темам. Таким образом, каждая тема максимально иллюстрирована вспомогательными материалами и пользователю не нужно переходить на отдельный сайт, чтобы посмотреть фото или видео [2, с. 70]. Поставщик информационных услуг адаптируется под пользователя, а это – тенденция к «глокальности».

В своей деятельности социальные сети своевременно учитывают следующие тенденции глобального медийного рынка: интернетизация, интерактивность (диалог с аудиторией в соцсетях, поддержка новейших медиа), доступность программных продуктов (развитие мобильных сервисов, настройка контента под носитель информации, упрощенная структура интернет-портала, интуитивный интерфейс, адаптация информационных услуг под запросы пользователя), открытость организации (подробные данные и отчеты на периодически обновляемом веб-портале, информирование аудитории о деятельности), многоязычие (а следовательно, и понятность), поиск и освоение новых целевых аудито-

рий, глокальність (попыткі вызваць глабальны інтарэс к лакальным собыццям).

#### *Літэратура*

1. Городенко, Л. М. Мережева камунікацыя: праблемы філасофіі спрыяння / Л. М. Городенко. // Сьвіт сацыяльных камунікацый. – 2011. – № 3. – С. 5–9.
2. Какорина, Е. СМІ і інтэрнэт-камунікацыі (обласці перасячэння і праблемы ўзаемадзейства) / Е. Какорина // Язык савременной публицистики: сб. статей / сост. Г. Солганик. – М. : Флинта: Наука, 2005. – С. 67–98.
3. Шилина, М. Г. Текстогенные трансформации инфосферы. Методологический эскиз становления Интернета. Монография / М. Г. Шилина. — М. : РИЦ Северо-Восток, НИУ ВШЭ, 2012. — 736 с.

**Васіль Вараб’ёў**

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

### **ЖУРНАЛІСТЫКА Ў ПАЛОНЕ ІНФАРМАЦЫЙНАЙ ВАЙНЫ**

1. Прафесійная прыналежнасць і карпаратыўная журналісцкая салідарнасць засцерагаюць ад мінорнага аналізу сённяшняга стану і песімістычнага прагнозу перспектывы гуманістычнага кантэнт у інфармацыйнай прасторы ў яе глабальным, еўрапейскім і рэгіянальным вымярэннях у кантэксце асвятлення падзей на паўднёвым усходзе Украіны. Аднак акадэмічная адказнасць прымушае да бязлітаснай высновы, што журналістыка пра «ўкраінскі крызіс» стала не проста палонніцай, а непазбежнай і незваротнай ахвярай інфармацыйнай вайны. Немудрагелісты запыт на Яндэкс пра радыслаўную і генетычную сувязь журналістыкі і інфармацыйнай вайны дае 15 мільёнаў адказаў. На розны густ – у адпаведнасці з палітычным светапоглядам, побытавымі ўяўленнямі, маральнымі альтэрнатывамі і цынічнай вар’ятыўнасцю. На жаль, адсутнічае адказ пра бачную нават няўзброеным вокам заложніцкую долю аўдыторыі – чытачоў, глядачоў, слухачоў. Сімтаматычна, што асэнсаванне рэшткаў інстытуцыянальнай місіі журналістыкі як палітычнага, сацыяльнага і эканамічнага барометраў грамадства і супольнасці народаў няўмольна замаруджваецца. Інфармацыйнае супрацьстаянне, якое разгорнута ў СМІ, развіваецца па тоесных, адэкватных ваенных законах і зцяята падпарадкавала журналістыку патрэбам усіх бакоў (якіх значна больш за два) канфлікту. Інстытуцыяльная роля СМІ трансфармавана ў гратэска інструментальную мадэль: для перамогі на інфармацыйным фронце ўсе сродкі слухныя і патрэбныя.

Першасны вердыкт журналістыцы ад імя інфармацыйнай вайны пацвярджаяцца і рэльефна высвечваюцца фактамі з геапалітычных палёў крывавай шматахвярнай бойкі. Журналістам адмаўляюць у акрэдытацыі, арыштоўваюць, дэпартуюць, учыняюць допыты, правакуюць на шпіёнскую і экстрэмісцкую дзейнасць, забіваюць... Алея памяці і апошняга пазажыццёвага прытулку журналістаў на маскоўскіх могілках, як і спыненне трансляцыі дзясяткаў тэлеканалаў, сведчаць пра смяротны прысуд інфармацыйнай вайны ў дачыненні да журналістыкі і яе суб'ектаў-носьбітаў. Так бы мовіць, вердыкт фізічнага кшталту, прамога сілавога знішчэння.

Мяркую, сусветнай журналісцкай супольнасці, акадэмічным колам, гуманітарным арганізацыям настаў час сур'ёзна задумацца над неадкладным заканадаўчым замацаваннем у пераліку ваенных злачынстваў супраць чалавецтва ўсіх спроб пазбаўлення жыцця журналістаў і фізічных супрацьдзеянняў, стварэння перашкод пры выкананні прафесійных журналісцкіх абавязкаў.

2. Інфармацыйная вайна мае на мэце перапраграмаванне свядомасці людзей, перафармацаванне грамадскай думкі. Што застаецца ад журналістыкі пры сутыкненні з мэтамі, метадамі і прынцыпамі інфармацыйнай вайны, выдатна ілюструюць сэнсавыя інтэрпрэтацыі і палітычныя кваліфікацыі падзей, фактаў, дзеянняў. «Гібрыдная вайна», «грамадзянская вайна», «айчынная вайна». «Тэарысты», «сепаратысты» «апалчэнцы» і «сілавікі». «Антытэарыстычная аперацыя» – «карнікавая аперацыя». «Еўрамайдан імем рэвалюцыі замяніў уладу» – «Данбас выкарыстаў еўрамайданаўскія сродкі і прызначыў сабе ўладу». «Каларады», «хунта», «бандэраўцы», «каўпак зялёных чалавечкаў»... Містыфікацыі, падробкі, замоўчванні фактаў, маніпуляцыі запаланілі інфармацыйнае поле медыйнай вайны. Журналістыка патанула ў кантрасным светаўспрыманні: чорнае – белае, свой – чужы, добры – дрэнны. Лагерная псіхалогія апраменіла інфармацыйныя крыніцы, а медыявайна спарадзіла рахітычнасць прафесійнай журналісцкай свядомасці і працягвае эскалацыю інстынктаў нянавісці. Гістарыяграфія гэтай інфармацыйнай вайны будзе доўгім рэхам адгукацца ў дзеяннях і памяці нашчадкаў журналісцкага цэха.

3. Гэтыя вердыкты журналістыцы ад інфармацыйнай вайны вымагаюць пэўных трансфармацый у метадалогіі навучання будучых медыйных супрацоўнікаў. Падрыхтоўка журналістаў для асвятлення геапалітычных канфліктаў (а яны, на жаль, – бясконцыя!) павінна з неабходнасцю ўключыць абавязковы вучэбны курс «Канфлікталогія журналістыкі» для ўсіх напрамкаў і спецыяльнасцей. Комплекс

дисциплін професійнага сацыяльна-гуманітарнага цыклу, што ахоплівае палітычныя, псіхалагічныя, сацыялагічныя, эканамічныя, прававыя складнікі кваліфікацыі журналіста, вымушаны будзе і павінен значна пашырацца і ўдасканалвацца. Інакш інфармацыйная вайна пераможа не толькі геапалітычную рэальнасць, але і журналістыку як палітычны і сацыяльны інстытуты грамадства.

**Валентина Галацкая**

*Днепропетровский национальный университет  
имени О.Гончара, Украина*

## **СПЕЦИФИКА ОБРАЗНО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ДЕКОДИРОВАНИЯ ОСНОВ ТЕАТРАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ К.С. СТАНИСЛАВСКОГО В СОВРЕМЕННОЙ ТЕАТРАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ УКРАИНЫ**

Театральное искусство сегодня представляет собой развитую социальнокоммуникативную модель, уникальную художественную медию, ядром которой является подчеркнутая сценическая условность. Эстетическую наполненность искусства Мельпомены создает вербально-перформансная сущность, представленная в мировоззренческих позициях ее создателей.

Основоположник известной в социокультурном мировом пространстве системы психофизической подготовки актера К. С. Станиславский в книге «Работа актера над собой» обосновывает принципы «школы переживания», которая выступает краеугольным камнем сценического мастерства. Это понятие сегодня органично для понимания кордоцентричности натуры как основной ментальной черты украинства и специфики национального театра, поскольку в западноевропейской театральной практике существует бинарная объективизированная «школа представления».

Главным условием артистической профессии режиссер считает способность к процессу творческого переживания, которое воплощается в специфических обстоятельствах существования в роли: «Надо превратить театральные факты, обстоятельства в живые, то есть животворные, надо извлечь из пьесы материалы, чтобы создать из них правдоподобные предлагаемые обстоятельства ... » [18, с. 216].

Важной методологической составляющей театральной системы К. С. Станиславского является принцип естественного творческого переживания по установленным природой законам [18, с. 205], что порождает понятие актерской органичности. В этом большую роль играет ин-

туция артистического чувства, эмоциональная память (память чувств), сценическое внимание, богатая фантазия.

В основе артистической деятельности, по мнению К. С. Станиславского, лежит представление об истине страстей на сцене, настоящая жизнь человеческого духа, которую сопровождает упорная работа над собой. Средствами психотехники актер способен «вызвать в себе духовное и телесное состояние» [18, с. 207], создающее почву для артистического вдохновения, формирования «художественной правды артистического чувства» [18, с. 212].

Все элементы системы подготовки актера подчинены основной цели – мобилизовать творческие силы актера, его «природу» на воплощение авторского замысла пьесы и спектакля, который К. С. Станиславский и называет сверхзадачей. Для правильной реализации этой сверхзадачи линии поведения персонажей должны подчиняться основному действию спектакля в целом, так называемому сквозному. «Вся система существует для сквозного действия», – замечал режиссер, логично мотивируя возможность использования своих принципов в театральной практике. Эти главные дефиниции театральной системы К. С. Станиславского целесообразно применить при попытке декодирования сценических приемов в словесные, которые представляют современную театральную действительность в информационно-аналитических жанрах журналистики и олицетворяют синкретизм вербально-визуально-перформансного взаимодействия в их структуре.

Декодирование мы понимаем как этап коммуникации, содержащий «расшифровку принятой информации, а именно интерпретацию сигнала его перевода в мысли получателя» [10, с. 73]. Этот процесс подтверждает резонность мысли В. В. Ризуна о выделении среди четырех типов коммуникационных моделей модели рецепции [19, с. 17]. Уместным, по нашему мнению, является предположение о том, что этимологическое декодирование приемов сценической выразительности в словесные происходит с помощью эмоционально-оценочного видения действительности. Его олицетворяет эстетическая парадигма, воспроизводимая в аксиологических моделях масс-медийной информации. Она направлена на распространение ценностной информации, «системы взглядов на мир, структурированных с определенной системой ценностей» [14.с. 29].

Вполне мотивированным, на наш взгляд, является проведение типологических параллелей между аксиологической моделью масс-медийной информации и аксиологическим аспектом творческого метода в литературоведении и искусствоведении, обоснованным профессором М. С. Каганом [11, с. 32]. Этот подход представляется нам продуктив-

ным в анализе эстетической формы освоения современной публицистической театральными концептов К.С. Станиславского (сквозное действие, предлагаемые обстоятельства, сверхзадача и др.), которые в вербально выраженной сфере выступают «в виде ключевых слов, метафор, образов данного языка и данной культуры» [10, с. 32]. Это определяет актуальность рассмотрения под этим углом зрения современной театральной публицистики постсоветских государств, в частности Украины, которая недостаточно интерпретирована исследователями масс-медиа, за исключением монографий и статей белорусского исследователя Т. Д. Орловой. Примечательно, что ученый выделяет театральную публицистику в отдельный жанр, который создает «модель определенного типа культуры и определенный культурный код» [16, с.13].

В процессе выполнения работы мы ставим такие задачи: охарактеризовать принципы театральной системы К. С. Станиславского в контексте аксиологической модели коммуникации; представить парадигму художественно-аналитических жанров театральной критики в эстетической категории "драматического"; проанализировать экспрессивно-образные средства декодирования основных принципов системы К. С. Станиславского на страницах специализированных театральных журналов периода украинской независимости.

Театральная коммуникация заключается в формировании у зрителя очерченной морально-этической концепции, «размытой» глобализированным представлением о нынешнем социокультурном пространстве Украины, в котором она приобретает черты медийности. Это подчеркивает немецкий исследователь К. Бальме в монографии «Введение в театроведение», объясняя сценическое искусство с точки зрения теории игры: «Итак, театр основывается на двух противоположных интенциональных игровых действиях. И актер, и зритель выполняют каждый свою роль: актер изображает (и представляет), зритель воспринимает (и представляет)» [1, с. 84].

В контексте глобализационных изменений современности исполнитель роли рассматривается как коммуникатор, происходит его отождествление с «медиумом». Эту коммуникацию исследователи характеризуют, как вопрос медийности, требующий релевантного подхода к ее изучению как своеобразного «метафорического способа обнаружения» [1, с. 165], выраженного в вербально реализованных аналитических журналистских жанрах. Они нередко отождествляются с аналогичными жанрами театральной критики: рецензии, интервью. Современная театральная публицистика независимой Украины, представленная на страницах специализированных журналов «Кіно-театр», «Просценіум», «Український театр», демонстрирует эмоционально-аналитическую ин-

терпретацию современных сценических реалий, которые происходят в оценочной системе эстетики «субъект (журналист) – объект (театральная действительность)».

Цель статьи заключается в выявлении специфических образно-аналитических приёмов интерпретации принципов театральной системы К.С. Станиславского в журнальной театральной критике независимой Украины. Специфика избранного предмета анализа определила выбор методов исследования научного материала: индуктивно-дедуктивный, типологический, герменевтический, контент-анализ, неструктурированного и систематического наблюдения. Органическим представляется также междисциплинарный подход к изучению театральной публицистики. При попытке интерпретации художественных приемов сценической выразительности целесообразно применить элементы театроведческого анализа, что обусловлено самим предметом исследования.

В театральной публицистике можно проследить возникновение творческого замысла на уровне эмоционально-образной расшифровки теоретических концептов системы К. С. Станиславского. Интересно, что эмоциональная оценка театральных событий авторами художественно-аналитических жанров журналистики осуществляется в системе эстетических категорий «драматического – комического», специфических для содержания театрального искусства. Основопологающим в этом плане является осмысление концепции театральной действительности, которая базируется на аксиологических измерениях. Таким образом, аксиологический аспект, который является выражением эмоциональной оценки познанного, в той или иной степени может влиять на формирование индивидуально-авторского стиля публициста.

Концепция действительности интерпретируется публицистом как отражение противоречия между творческим идеалом и реальными событиями жизни. Естественно, что художественный идеал, который выступает предметом образного декодирования средствами театральной публицистики, может изменяться под влиянием изменения самой действительности. Но при этом концепция не будет терять аксиологического аспекта: в одних случаях журналист будет оценивать различия своего идеала с действительностью как драматическое, а в других – как комическое. В момент определенного соответствия идеала реальной действительности возникает эстетическая категория гармонического. Таким образом, идеал выступает как определенная данность, которая включает в себя конкретно образное эмоциональное представление о совершенстве (в данном случае театрального бытия). Исходя из этих положений, мы приходим к определенной методике анализа концепции театральной действительности в аспекте эстетических категорий. Для ее реализации

требуется тонкое проникновение в масс-медийный театральный текст, в результате чего возможна реконструкция определенного художественного идеала, охарактеризованного в эстетическом аспекте в категориях-результатах динамического соотношения идеала и действительности «драматическое - гармоническое - комическое» [20, с. 37]. Учитывая не только эмоционально-оценочную, но и логическую природу публицистического мышления, стоит заметить, что концепция действительности выступает «своеобразной гипотезой, предположением, версии возможного толкования фактов и явлений» [9, с. 77]. Она связана с образом автора, авторской точкой зрения на мир способами выражения авторской позиции в публицистическом тексте [13, с.56].

Различные аспекты проблемы теории автора исследовали М. Бахтин, В. Виноградов, Б. Корман, М. Кодак, В. Смилянская, А. Ткаченко, К. Фролова. Коммуникативная концепция М. Бахтина органична к пониманию специфики театрального искусства и опирается на ключевые понятия: «диалог», «исполнитель», «ситуация общения». Эти дефиниции подчеркивают важность аксиологического подхода к изучению театральной масс-медийной коммуникации, который продуцируется в эстетическом и индивидуально-авторском аспектах [2, с. 38]. Наиболее совершенную, на наш взгляд, концепцию теории автора создал литературовед, профессор Ижевского университета Б. Корман, который отмечает, что автор непосредственно не входит в текст: «он всегда опосредован - субъектными и внесубъектными формами выражения авторского сознания» [13, с. 2]. Профессор Б. Корман определяет автора как первичного субъекта речи, который формирует собственную стилевую манеру, определяет понятие «журналистское мастерство».

Стоит отметить, что авторы информационных материалов на театральную тематику демонстрируют скупость изобразительных средств, подчеркнутую логичность изложения материала, монтажность мысли, декодируя театральные понятия К.С. Станиславского в жанр заметки (расширенной информации). Как и в классической журналистике, театральные репортеры прибегают к изложению главной мысли в лиде, который на страницах журнала «Кіно - Театр» возможно дифференцировать как лид «одного элемента» [6, с. 140]: «70-й юбелійний сезон Луганський обласний академічний музично-драматичний театр розпочав прем'єрою трагедії Шекспіра». Это подчеркивается отрывочностью эмоционального темпоритма в изложении театральных фактов.

Современная театральная журналистика, существуя в аналитических способах обобщения художественных реалий, воспроизводит в виде важных медиасобытий основные категории театра (общие понятия этого синтетического вида искусства), характеристику театраль-

ных форм и сценических жанров (акция, антимаска, бурлеск, водевиль, буйфоната и др.), элементы структуры представления (акт, архетип, архитектоника, диалог, экспозиция, завязка), анализ отдельных приемов и средств сценической выразительности (аллегория, гротеск, эксцентризм) [12, с. 25]. Авторы материалов на театральные темы декодируют понятие К. С. Станиславского «сквозное действие» в символ, вербальный способ социальной коммуникации, который способен передать «характер взаимодействия плана содержания и плана выражения» [9, с. 56].

Символично-аллюзивная тональность публицистического мышления Т. Заривной, импульсивность ее авторского стиля передает очерк «Портрет актриси на фоні театру» о творчестве народной артистки Украины Полины Лазовой. Богатая ассоциативность образной манеры воплощена в эстетической категории драматического и выражена в аналитических моральных сентенциях: «Тому важливі для актора, окрім ремесла, моралі, культури і школи страждання, тобто біографії, – речі, які витонщують душу, це пензель, яким, врешті-решт, актор змальовує світ» [8, с. 17]. В этом публицистическом тексте зримо проявляется богатая ассоциативность образного мышления журналиста, заложенная в ритмичности речи, подчеркнутой однородными членами предложения, градацией. Названные вербальные приемы с большой точностью декодируют важное понятие театральной системы К. С. Станиславского «темпоритм». Это активно прослеживается на страницах журнала «Український театр».

Драматическая природа мышления авторов аналитических материалов задает основной тон повествования, выражая ее интеллектуально самодостаточную публицистическую природу, проблемную оценку предмета изображения. Символ как важная культурно-экспрессивная единица фиксирует драматический эмоциональный темпоритм текста, помогает расшифровать все подтексты, которые действуют, исходя из заголовков статей («Фрески, чи крок на нову територію», «Печальний блазень», «Повороти долі», «Приваблива чарівність суїциду»).

Эстетическая сущность драматического интересно позиционируется в современной журнальной театральной критике в многочисленных жанровых модификациях интервью, которое выступает формой актерского монолога с присущей ей суггестивно-медитативной манерой изложения материала. Сегодня актуализируется такая вариация этого жанрового образования, как интервью-зарисовка с аналитической преамбулой, содержащей авторскую оценку изображаемого. Для нее свойственна умеренная объективизация публицистической манеры, ампликативная форма построения, сдержанный эмоциональный темпоритм.

Нередко жанр интервью-зарисовки выстраивается как поток авторского сознания с концентрацией метафорических элементов, выполняющих «важные персуазивные и мислетворческие функции» [17, с. 58]. Разнообразно это прослеживается в материалах постоянной рубрики «Обличья» всеукраинского специализированного журнала «Кіно-театр», которая знакомит читателей с известными персоналиями современного театральной жизни Украины. Подчеркнутая морально-этическая позиция в характеристике театральной реальности, выраженная в эстетической категории драматического, присутствует в интервью Л. Бондарчук «Вистава – це дійство, в якому присутній дух». Народная артистка Украины Лидия Вовкун осмысливает незаурядную сущность слова на материале поэзии Лины Костенко, вводя читателя в предлагаемые обстоятельства перевоплощения: «Місія актриси – доносити людям слово. Що є вистава? Це дійство, в якому присутній дух творчості. Переживання поетеси поєднується з тим, що усвідомила, готуючи виставу, актриса, і в результаті – з'являється новий світ» [3, с. 58].

На страницах журналов «Просценіум» и «Український театр» жанр интервью активно реализован в вербально-визуальной практике эмоционального воздействия на интеллектуального адресата. По частотности употребления он наиболее распространен в различных модификациях для воспроизведения современной театральной картины мира. Это определяется активностью авторской позиции журналиста (интервьюера) и носителя информации (интервьюируемого), которая подчеркивает аксиологическую природу эстетической категории драматического. Героями подобных интервью выступают известные театральные деятели, актеры, драматурги, которые формируют сегодня национальное социокультурное пространство. Их творческие достижения являются классическими с точки зрения художественной ценности и достойными подражания. В этом аспекте заслуживает внимания проблемное лейтмотивное интервью И. Чужиновой с известным режиссером Эдуардом Митницьким «Я навчаю людинознавству...», которое насыщено мощным сквозным действием: «Мистецтво – це миттева творчість, це інтуїція, інстинкт, якщо хочете, і, звичайно, смак» [22, с. 19]. Это подтверждает мнение многих исследователей о том, что интервью представляет собой сегодня объектно-субъектный коммуникативный акт.

Истинную природу аналитического мышления журналиста и объективизированного подхода к пониманию основных понятий театральной концепции К. С. Станиславского демонстрирует жанр рецензии, занимающий главное место среди аналитических жанров журналистики. В рецензии осуществляется детальный анализ театрального произведения с целью установления его искусствоведческой и общечеловеческой

ценности, формирования у читателя высоких эстетических идеалов. Автор должен оценить произведение театрального искусства как социокультурное явление, применяя аналитический метод познания, который продуцирует манеру изложения мысли в драматической проекции. Polemicность речевых конструкций, сфокусированная в риторических вопросах и восклицаниях, индивидуальный авторский стиль, наличие образных деталей действительно воспроизводят манеру публицистического мышления журналиста, демонстрируют вариативность внесубъектных форм выражения авторского сознания в жанре рецензии: «Суть театру – першотворення. Театр – екстремальна територія, тут нічого не буває раз і назавжди... Територія театру мстить за споживацтво»[5, с. 42].

Материалы такого жанрового диапазона постоянно присутствуют в рубрике «На сценах» журнала «Кіно-театр». Авторы театральных рецензий стремятся найти свой ракурс видения значимых событий театральной жизни Украины, художественно моделируя его в драматически-проблемной манере: «Жанр этот требует синтетического сочетания интересного сюжета, завораживающей музыки, профессионального вокала и зрелищности в номерах, костюмах, сценографии» [21, с. 42]. Отметим, что в театральных рецензиях материализация логичнооценочной манеры наррации создается приемом амплификации, который «ускоряет» драматический темпоритм публицистического мышления.

Театральная система режиссера, педагога, актера К. С. Станиславского, олицетворенная индивидуально-авторскими концептами сценической выразительности (сквозное действие, предлагаемые обстоятельства, эмоциональный темпоритм, творческая сверхзадача), органично воспроизводится в современной театральной публицистике посредством эмоционально-образного декодирования артистической действительности в эстетической категории драматического. Таким образом, в информационно-аналитических жанрах театральной журналистики актуализируются аксиологические измерения, которые позволяют анализировать концепцию театрального бытия с позиций духовности и художественной ценности. Это проявляется в метафоричности образного моделирования театральных реалий, диалектической манере изложения материала, модификациях жанровых образований. В вербальной интерпретации средств сценической выразительности К. С. Станиславского применяются символические образы, метафоры, авторские сравнения. Это формирует экспрессивно-эстетическое макрополе, в котором фиксируется идея социально- коммуникативной и эмоциональной природы театрального искусства.

### *Литература*

1. Бальме, К. Вступ до театрознавства / К. Бальме. – Л.: ВНТЛ. – Класика, 2008. – 270 с.
2. Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества. / М. М. Бахтин. – М.: Искусство, 1986.– 445 с.
3. Бондарчук, Л. Лідія Вовкун: «Вистава-це дійство, в якому присутній дух...» /Л. Бондарчук // Кіно-театр. – 2010.– №4.– С. 58–60.
4. Велимчаниця, О. Вистави Донецького театру в Києві / О. Велимчаниця // Кіно-театр. – 2010. –№6. – С. 42–44.
5. Веселка, С. Фрески, або крок на нову територію / С. Веселка // Укр. театр. – 2006. – № 6. – С. 12.
6. Ворошилов, В.В. Журналистика. Учебник, 3-е изд. / В. В. Ворошилов. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 446 с.
7. Гвоздев, А. Западноевропейский театр на рубеже XIX и XX столетий / А. Гвоздев. – Л.-М.: Искусство, 1939. – 378 с.
8. Зарівна, Т. Портрет актриси на тлі театру / Т. Зарівна // Укр. театр . – 2006. – № 5. – С. 17.
9. Здоровега, В.Й. Теорія і методика журналістської творчості. Навчальний посібник / В. Й. Здоровега. – Л.: ПАІС, 2000. – 180 с.
10. Ильганаева, В.А. Социальные коммуникации. Словарь-справочник (теория, методология, деятельность) / В. А. Ильганаева. – Х.: КП «Городская типография», 2009. – 392 с.
11. Каган, М. С. Лекции по марксистско-ленинской эстетике / М. С. Каган. – СПб: Наука, 1972. –750 с.
12. Клековкін, О. Ю. Сакральний театр. Генеза. Форми. Поетика (Структурно-типологічне дослідження) Монографія / О. Ю. Клековкін. – К.: КДІТМ ім. Карпенка Карого, 2002.– 270 с.
13. Корман, Б.О. Литературоведческие термины по проблеме автора. / Б. О. Корман. – Ижевск: Изд-во УдмГУ, 1974. – 32 с.
14. Кузнецова, Т. В. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації. Монографія / Т. В. Кузнецова. – Суми: Університетська книга, 2010. – 303 с.
15. Микитів, Г. Експлікація образу автора в сучасному медіатексті / Г. Микитів, Л. Савчин // Стиль і текст. Зб. наук. Праць Інституту журналістики. – 2006. – №3. – С.56–61.
16. Орлова, Т. Д. Театральная журналистика. Становление. Развитие и особенности функционирования в современных СМИ /Т. Д. Орлова. Автореф... д-ра филол. наук – Минск: БГУ, 2002.– 39 с.
17. Павлюк, Л. Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація / Л. Павлюк.– Л.:ПАІС,2007.–165 с.
18. Про мистецтво театру/ упорядкув. В.Довбищенко та Ю.Бобожко, за заг. ред. І.Чабаненка. – К.: Мистецтво, 1954. – 314 с.
19. Різун, В. В. Природа й структура комунікативного процесу / В. В. Різун // Наукові записки Інституту журналістики. –2001. – Т.2. – С. 17-37.
20. Фролова, К.П. Теория и методика применения эстетических категорий в литературоведческом и искусствоведческом анализе / К. П. Фролова. – Д.: ДГУ, 1985. – 123 с.

21. Фролова, К.П. Посібник до вивчення курсу «Естетика» / К. П. Фролова, В. Л. Галацька. – Д.: Пороги, 2008. – 52 с.

22. Чужинова, І. Едуард Митницький: „Я навчаю людинознавству...” / І. Чужинова // Укр. театр. – 2006. – № 1. – С. 19.

**Ольга Герасимович**

*Белорусский государственный университет*

## **КОНСТРУКТИВНОСТЬ ВЫЯВЛЕНИЯ СМИ ИНТЕРЕСОВ И ПОТРЕБНОСТЕЙ ОППОНЕНТОВ В КОНФЛИКТАХ**

Современный мир наполнен конфликтами на разных уровнях: от межличностного до международного. Вне зависимости от того, кто является основной противоборствующей стороной – индивид, малая, средняя или большая группа, – конфликтами можно управлять и стремиться к проявлению его позитивных функций и минимизации негативных. Свой вклад в урегулирование конфликтов могут вносить СМИ, и актуально выяснить, какие у них есть конструктивные ресурсы – средства, к которым могут обратиться журналисты и которые содержат созидательное начало, обладают потенциалом улучшить ситуацию, помочь решить проблемы, способствовать дальнейшему сотрудничеству.

Международные конфликты часто попадают в фокус СМИ ввиду вовлеченности в них во многих случаях большого количества людей и нередких военных действий. Сфера исследований освещения журналистами международных конфликтов активно развивается, что отражается в концепциях, в центре которых поиски конструктивных возможностей СМИ в противостояниях (миротворческая журналистика, чувствительная к конфликтам журналистика, внимательная коммуникация, журналистика присоединения).

Можно выделить три основных способа освещения международных конфликтов. Первый – «воинственная журналистика», суть которой раскрывается в исследованиях сторонников миротворческой журналистики в контексте рассмотрения негативных практик освещения конфликтов [7, 8, 9]. В этом случае журналист стремится сохранить объективность (нейтральность и следование фактам), однако на практике ему не всегда удается сбалансировано описать конфликт. Негативно воздействуют некоторые критерии отбора новостей: предпочтение сенсаций, отдельных ярких событий без учета контекста и процессов, помогающих лучше понять противостояние; не всегда оправданное внимание к «элитным» источникам информации (известным людям, руководителям, лидерам групп) и не включение мнений малоизвестных людей, чьи идеи

могли бы быть полезны для урегулирования. Противостояния, как правило, освещаются в этом случае как непримиримая борьба с единственно возможным результатом – победа или поражение, что значительно упрощает сложные современные противостояния. В материалах «военственной журналистики» недостаточно внимания уделяется урегулированию конфликта, конструктивным ресурсам, основанным на конфликтологических разработках.

Второй способ освещения конфликтов связан с миротворческой журналистикой, и, прежде всего, ее интерпретацией, представленной в работах Й. Галтунга [9], Дж. Линча [8, 9], А. Макголдрик [8], В. Кемпфа [7]. Для миротворческой журналистики характерно стремление к объективности, опора на конфликтологию при подготовке материалов. Описание деструктивных проявлений конфликта сбалансировано включением в текст информации, направленной на ненасильственное течение конфликта, его деэскалацию, урегулирование, поиск взаимовыгодного решения. Критерии отбора новостей сформулированы таким образом, что в материалы СМИ включается информация, которая помогает обществу рассмотреть ненасильственные ответы на конфликт.

Третий вариант освещения конфликта связан с журналистикой присоединения, обоснованной М. Белом [5]. Выбирая этот подход к конфликту, журналист не сохраняет нейтральность и ввиду каких-либо моральных, идеологических соображений поддерживает одну из сторон в конфликте. Для практики журналистики присоединения характерна «инструментальная актуализация» как осознанный или неосознанный выбор журналистом определенных событий, мнений, фактов для подтверждения своей или редакционной позиции [6]. Журналистами может недооцениваться изучение конфликтологии для улучшения публикаций.

Меньше внимания получает изучение конструктивных ресурсов во внутригосударственных противостояниях, в том числе тех из них, в которых есть международный аспект. Например, недостаточно изучаются конструктивные возможности СМИ в таких конфликтах, как противостояние противников и сторонников строительства Китайско-Белорусского индустриального парка в Смолевичском районе, наиболее острый период которого пришелся на первое полугодие 2012 года. Хотя китайская сторона не являлась противоборствующей стороной, урегулирование противостояния между некоторыми жителями и представителями госорганов было важным для белорусско-китайских отношений. Привлечение иностранных инвестиций и возведение новых объектов актуально для развития Беларуси, и необходим поиск способов конструктивного разрешения противостояний.

Рассмотренные концепции не отрицают возможность применения их рекомендаций для освещения внутригосударственных ненасильственных конфликтов, но их разработки ориентированы, прежде всего, на межгосударственные противостояния, случаи применения военной силы или ситуации, в которых есть угрозы насильственных действий. Поэтому имеет смысл обратиться к конфликтологии и выяснить, какая информация обладает конструктивным потенциалом и для внутригосударственных конфликтов, а затем, возможно, сравнить общее и выявить особенное. Это поможет развитию теории еще и тем, что укажет на конфликтологические разработки по урегулированию противостояний, подтверждающие конструктивный потенциал ресурсов СМИ в случаях, когда рекомендации по освещению международных конфликтов не сопровождаются указаниями на конфликтологический источник. В литературе по управлению конфликтами приводятся разнообразные ресурсы, которые могли бы привлекаться в журналистскую практику. Все они требуют подробного рассмотрения. Одним из основных является такой способ анализа конфликта, как выявление интересов противоборствующих сторон.

В работах об урегулировании конфликтов Р. Фишера, У. Юри и Б. Паттона [4], а также Дж. Рубина, Д. Пруйта и С. Х. Ким [3] указывается, что поиск информации, полезной для выработки взаимовыгодного решения, связан с различием позиций и интересов оппонентов в конфликте. Этот ресурс приводится для управления любыми видами конфликтов (помимо внутриличностных). Воинственная журналистика и журналистика присоединения не приводят в качестве конструктивного ресурса различие позиций и интересов, зато в миротворческой журналистике это один из аналитических приемов, предлагаемых журналистам для конструктивного освещения конфликтов. При этом Дж. Линч и А. Макголдрик рекомендуют выявлять не только позиции и интересы, но и потребности [8, с. 44]. Позиции в этом случае трактуются как то, что стороны говорят, что хотят достичь в конфликте, как наиболее очевидная информация в противоборствах, и которая, как указывают Дж. Линч и А. Макголдрик, чаще всего появляется в новостях; интересы – как то, что стороны действительно хотят получить в конфликте; потребности – как то, что им необходимо получить [8, с. 44]. Однако на основании работ конфликтологов эти определения можно рассмотреть подробнее и уточнить.

Рубин, Пруйт и Ким говорят в основном об «интересах» и определяют понятие довольно-таки широко как «чувства людей относительно того, что является желаемым для них» [3, с. 34], как «то скрытое, что лежит в основе предпочтений, касающихся обсуждаемых проблем» [3,

с. 274]. Как указывают Фишер, Юри и Паттон, позиция – это что-то, о чем сторона конфликта приняла решение, а интересы – это нечто, что заставило ее принять решение, что мотивирует поведение людей [4, с. 69]. Для их выявления рекомендуется спросить «почему?» [4, с. 73]. Согласно российскому ученому А. Г. Здравомыслову, интересы – это «стимулы действия, которые проистекают из взаимного отношения людей друг к другу» [2, с. 112]. Для одних это могут быть «“законные притязания” на сложившийся уровень потребления, для других – это стремление к качественному изменению условий жизни» [1, с. 75]. Как о «наиболее мощных интересах» говорят о потребностях Фишер, Юри и Паттон и причисляют к ним безопасность, экономическое благополучие, признание, чувство принадлежности, контроль над собственной жизнью [4, с. 78–79]. А. Г. Здравомыслов подробнее рассматривает потребности и различает потребности физического существования (в питании, жилье, медицинском обслуживании, решении экологических проблем и т. п.) и социальные потребности в узком смысле слова (в признании, общении, самоутверждении и т. д.) [1, с. 27]. Таким образом, позиция может быть определена как то решение, которое сторона приняла по отношению к проблемам конфликта и о котором она сообщает. Интересы – это то, что лежит в основе предпочтений оппонентов в конфликте и мотивирует выбор их позиции, происходит из взаимного отношения людей друг к другу. Это могут быть и опасения потерять приобретенный уровень жизни или стремление его повысить, и желание поддержать определенные ценности. Потребности – это то, что жизненно необходимо участникам конфликта, включая физические и социальные аспекты (питание, жилье, медицинское обслуживание, решение экологических проблем, признание, общение и др.).

Так, в конфликте из-за строительства индустриального парка сообщение о том, что местные жители не хотят появления парка в запланированном месте, – было описанием позиции одной из сторон. Выявление интересов предполагало выяснение, почему некоторые жители Смолевичского района не хотели строительства КБИП. Например, среди упоминавшихся журналистами интересов жителей – не допустить отселения с участков, в которые вложили много труда, не делить рабочие места с представителями другого государства. Более глубокое рассмотрение конфликтной ситуации предполагало выявление потребностей – того, что жизненно необходимо для конфликтующих сторон. Потребностями жителей Смолевичского района могли быть сохранение безопасности жизнедеятельности в регионе (экологическая безопасность, недопущение роста преступности), слежение за тем, чтобы не было перегрузки местной инфраструктуры в связи с увеличением числа жителей.

Выявление интересов и потребностей сторон способствует поиску «интегративного решения», под которым Рубин, Пруйт и Ким понимают «вариант улаживания конфликта, который примиряет базовые интересы его сторон; взаимовыгодное решение; решение без проигравших» [3, с. 348]. Именно к поиску таких решений стремятся современные конфликтологи. «Споры по поводу позиций неэффективны» – указывают Р. Фишер, У. Юри, Б. Паттон [4, с. 22] и для конструктивного управления конфликтом рекомендуют: «концентрируйтесь на интересах, а не на позициях» [4, с. 29]. Авторы утверждают, что зачастую «за противоположными позициями кроются общие и вполне совместимые интересы, а не только конфликтующие» [4, с. 71]. Внимание к интересам и потребностям сторон является важной аналитической работой в конфликте, проводить которую могут и журналисты. Такая информация обладает конструктивным потенциалом.

С выявлением интересов связан один из типов интегративного решения «состыковка интересов» [3, с. 273], который мы представляем как состыковка «интересов и потребностей». Это решение, при котором ни один из оппонентов не достигает своих изначальных требований, зато удовлетворяются наиболее важные притязания каждой из сторон. Как указывают ученые, «состыковка обычно происходит в результате переформулирования проблем(ы) на основе выяснения главных интересов» [3, с. 273]. Для «состыковки» необходима информация об интересах конфликтующих сторон (с поиском все более глубоких и выходом на потребности) и их приоритетности. Разграничение интересов и потребностей приводит к переформулированию вопросов Рубина, Пруйта и Ким [3, с. 274] для поиска данного решения: Каковы основные интересы, потребности сторон конфликта? Какие из этих интересов, потребностей приоритетны? Как совместить интересы, потребности оппонентов? Конструктивным ресурсом СМИ в этом случае является выяснение интересов и потребностей сторон и определение их приоритетности.

Информация о том, что могло бы представлять интересы и потребности жителей, приводилась в 90% материалов о строительстве КБИП (было проанализировано 128 публикаций, размещенных в интернете белорусскими государственными и частными изданиями в период с 1 января по 16 июня 2012г.). Это в основном сведения о недопущении изъятия земель, отселения, сноса построек (71% от числа всех публикаций); предотвращении ухудшения экологии (60%); проведении общественных обсуждений (38%); создании рабочих мест для белорусов с достойной заработной платой (29%); улучшении инфраструктуры, недопущении ее перегрузки (13%). Однако информация от самих жителей об их интересах или потребностях встретилась только в 31% публикаций, а

приоритетность интересов выяснялась у них еще реже (3%). Недостаточно были раскрыты интересы и представителей госорганов, большее освещение могла получить их заинтересованность в решении конкретных экономических задач: необходимость увеличивать экспорт, создавать современные конкурентоспособные производства.

Существовали возможности более глубокого освещения конфликта журналистами, так как для «состыковки интересов» важно не предположение об интересах третьими лицами, а внимание к интересам, высказанными самими сторонами; значима не столько публикация наиболее очевидных интересов, сколько поиск скрытых, глубинных, но не менее важных. Для этого может понадобиться практика прецизионной журналистики [10], которая предполагает использование журналистами методов социальных наук (в том числе разработанного на основе научной методологии опроса), регулярное изучение результатов научных исследований, обращение к ученым за экспертным мнением.

Таким образом, различение позиций, интересов и потребностей является одним из основных конструктивных ресурсов при освещении конфликтов и может использоваться, как при освещении внутригосударственных, так и межгосударственных конфликтов.

#### *Литература*

1. Здравомыслов, А.Г. Потребности. Интересы. Ценности / А.Г. Здравомыслов. – Москва : Политиздат, 1986. – 222 с.
2. Здравомыслов, А.Г. Социология конфликта : учеб. пособие для студентов вузов / А.Г. Здравомыслов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Аспект-Пресс, 1996. – 319 с.
3. Рубин, Дж. Социальный конфликт : Эскалация, тупик, разрешение / Дж. Рубин, Д. Пруйт, С. Х. Ким; [пер. с англ. А. Голубев, И. Разумовская]. – СПб. : Прайм–Еврознак, 2001. – 352 с.
4. Фишер, Р. Переговоры без поражения. Гарвардский метод / Р. Фишер, У. Юри, Б. Паттон ; [пер. с англ. Т. Новикова]. – 2-е изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 272 с.
5. Bell, M. TV News : How far should we go? / M. Bell // British Journalism Review March. – 1997. – Vol. 8, No. 1 – P. 7–16.
6. Hartung, U. Instrumental actualization / U. Hartung // The international encyclopedia of communication / ed. by W. Donsbach. – Oxford : Blackwell Pub., 2008. – P. 2295–2296.
7. Kempf, W. Constructive conflict coverage / W. Kempf // Conflict & communication online. – 2003. – Vol. 2, No. 2. – Mode of access: [http://www.cco.regeneronline.de/2003\\_2/pdf\\_2003\\_2/kempf\\_engl.pdf](http://www.cco.regeneronline.de/2003_2/pdf_2003_2/kempf_engl.pdf). – Date of access: 01.10.14.
8. Lynch, J. Peace journalism / J. Lynch, A. McGoldrick. – Stroud : Hawthorn Press, 2005. – 265 p.

9. Lynch, J. Reporting conflict: new directions in peace journalism / J. Lynch, J. Galtung. – St Lucia, Qld : University of Queensland, 2010. – 225 p.

10. Meyer, P. Precision Journalism : a reporter's introduction to social science methods / P. Meyer. – 4th ed. – Lanham [etc.] : Rowman & Littlefield Publishers, 2002. – 304 p.

**Татьяна Гирина**

*Институт журналистики и массовой коммуникации  
Классического частного университета,  
Запорожье, Украина*

## **СТРУКТУРА СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА РАЗВИТИЯ ДЕТСКОГО РАДИОВЕЩАНИЯ КАНАДЫ**

Даже такой привычный социальный институт, как детское радиовещание, до сих пор воспринимается разными странами как весомый образовательно-познавательный инструмент. Так, в некоторых районах Африки только с 1970-х гг. начинается создание системы постоянного радиовещания. В отличие от стран, где радио соперничает в праве существования с другими, более оперативным СМИ, там процесс становления радиовещания еще не завершился и находится под влиянием государств, предоставляющих дружескую помощь, в том числе по созданию детских передач [7]. Среди таких стран – Канада, где зарождение радиопрограмм для младших слушателей произошло еще на заре существования самого феномена радио. В рамках деятельности международных благотворительных проектов, на альтруистических началах и благодаря спонсорской поддержке на местах, английские специалисты медиа передают собственный опыт десяткам и сотням будущих специалистов по радио во всем мире, особенно в развивающихся странах.

Зародившись почти одновременно в 1920-1930-х гг. в большинстве стран, детское радиовещание развивалось, однако, по разным направлениям. Так, радиопрограммы для младших слушателей в Северной Америке создавали за счет рекламодателей. Детское радиовещание в странах с тоталитарным режимом сохраняло (СССР) и сохраняет (Китай) идеологическую функцию. Существование детского радиовещания в Европе обеспечивалось финансированием благотворительных фондов и организаций, поэтому программы были максимально приближены к потребностям ребенка.

Важными для осмысления феномена радиовещания являются теоретические разработки зарубежных исследователей, среди которых: К. Бесерра, М. Юнг, К. Стерлинг, Г. Кляйнштойбер. Историю радио зарубежных стран изучал Л. Клюкнер, зарождение радиовещания в Герма-

нии отражено в трудах А. Бернд-Петера, К. Доселя, Г. Круга; Соединенных Штатов Америки – М. Бьюмера, Ч. Брюса, Д. Годфри, Б. Силверстайна; А. Клабо.

В своей энциклопедии по радиожурналистике место детского радиовещания Канады изложил исследователь медиа К. Стерлинг. Обращал внимание на место радиопрограмм в жизни ребенка в рамках исследования по истории радиовещания 1931-1972 годов В. Террасе. Изучал историю детских электронных медиа П. Хейун. Роль старшей радиопрограммы страны “Детский час” в формировании культуры слушания радиопрограмм детьми исследовали М. Бьюмер, К. Тейлор. Ч. Брюс рассматривал этот проект как справочник юных слушателей в мире архитектуры, флористики, путешествий, книг.

Жанры драмы, образовательных радиопрограмм, проповедей, новостей, стихов, рассказов, комедий и музыки стояли у истоков детского радиовещания Канады, которое начало зарождаться еще в 1920-х гг. Как не одно поколение украинских слушателей выросло на программах не украинского производства, так по причине любительского уровня собственных передач канадские слушатели годами слушали более профессиональные передачи, созданные в США [5]. Однако в исследованиях местного ученого Б. Макнила указано, что в 1940-х гг. в эфир местных радиостанций уже выходил целый ряд детских радиопрограмм. Одной из старейших является “Cuckoo Clock House” (“Часы с кукушкой”), которая транслировалась каждое воскресенье во второй половине дня. При поддержке библиотек Торонто автор Б. Браун создавал сценарии радиопрограмм, которые потом в студии записывали с детьми [6].

Отметим программу “Just Mary” (“Просто Мария”), автором которой была школьная учительница, автор рассказов и пьес М. Греман. Несколько лет программа выходила в эфир региональной радиостанции, но настолько полюбилась слушателям, что с 1940г. ее автор переехала в Торонто, где записала несколько выпусков программ “Maggie Muggins” (“Простушка Мэгги”) и “Children’s Scrapbook” (“Детский форум”) [1, с. 44].

Ведущая программы “Maggie Muggins” (“Простушка Мэгги”) известна всем детям как автор и ведущая нескольких детских радиопрограмм. По легенде каждой программы во время прогулки в лесу ведущая встречает сказочных героев, общается со зверями. В одной из программ с ней произошел небольшой курьез, когда Мэгги рассказала слушателям, как она кормила своего любимого песика куриными косточками. После этого на адрес радиопрограммы посыпались письма, в каждом из которых дети заботились о здоровье собаки, поскольку он мог подавиться трубчатой костью. Слушатели представляли Мэгги веселой

девушкой с веснушками и двумя рыжими косичками. У нее был друг господин Мак Гэрити, который всегда действовал благоразумно и ставлял на это свою подопечную. Но девочка, не смотря ни на что, всегда остается собой и любит петь при любых обстоятельствах.

Первые выпуски другой детской программы “Kindergarten Of The Air” (“Детский сад на свежем воздухе”) выходили в эфир в восточной Канаде с 1947г.. Уже со следующего 1948 года проект стал национальным. За 15 минут ежедневного выпуска слушатели успевали услышать короткий урок от Д. Кулдинг, которую все любя называли миссис Билл Нидлса) [3, с. 4].

Программа “MagicAdventures” (“Магия приключений”) выходила в эфир в 1940-х годах. Информации о программе почти не сохранилось, однако известно, что в центре сюжета были приключения Питера Пэна – персонажа нескольких книг Джеймса Барри. Другой приключенческий сериал “Men In Scarlet” (“Мужчины в багровом”) выходил под лозунгом “Мужчины в багровом всегда готовы защитить закон и стоять на страже соблюдения правопорядка”. В центре сюжета – сержант Пирс, который в каждой программе помогает людям в беде, добираясь к месту происшествия то на лошадах, то на санях, то на лодке или собачьих упряжках [4].

Вечерняя радиопрограмма “The Small Types Club” (“Маленький разнообразный клуб”) Билла Вайтекера была популярна в Торонто в 1940-х годах. Каждый вечер Билл читал маленьким слушателям рассказ, который всегда заканчивалось строгим: “Sssssssssscoott! Out to play, back in to bed, off to school, or what ever Mother tells you” (“Кончай играть и собирайся к кровати, тебе завтра в школу, или мама должна напоминать тебе”). Когда программу закрыли, в стране наблюдались массовые отказы детей ложиться спать без любимой радиопрограммы.

“The Rod And Charles Show” (“Шоу Рода и Чарльза”) пользовалось популярностью в Канаде благодаря радиоисследованиям в области науки и техники. Каждая программа собирала у приемников не только детей, но и взрослых, желающих услышать о новых экспериментах неизменных ведущих Рода Конибера и Чарльза Винтерса. Позже этот дуэт стал ведущим программы “The Kids Show” (“Детское шоу”), а затем перешли на телевидение [1, с. 43]. Специальные радиопостановки в форме радиопьес, театра у микрофона, радиосериалов создавали для детей в период рождественских праздников, в том числе “Mr. Rabbit’s Christmas” (“Рождество мистера кролика”), “Red Ryder Christmas Show” (“Рождественское шоу с Рэдом Ридером”), “House Of The World” (“Дом мира”), “To was Night Before Christmas” (“Ночь перед рождеством”) [2].

На современном этапе наиболее развитой детской радиосетью в Канаде остается “Radio Oxygène” (“Радио кислород”). Радиостанция в 2002 году получила лицензию на детское вещание для слушателей в возрасте 5–13 лет в Оттаве, Гадино (Квебек) под названием “CJEU”. В эфире транслировали музыкальные произведения юных талантов, однако нередко любительские записи не соответствовали стандартам качества, поэтому вызывали много нареканий со стороны слушателей. С целью усиления образовательного воздействия в 2003 году радиостанция расширила свою аудиторию до слушателей 18-летнего возраста, тогда же была сформирована сеть информационных корреспондентов в Канаде и других франкоязычных странах. В течение учебного года многие программы выходили в прямом эфире из школ в Квебеке и Онтарио, а летом прямые включения проходили с мест скопления детей. В 2010 году станция изменила свое название на “Radio Oxygène” (“Радио кислород”). С тех пор она позиционирует себя как франкоязычная музыкально-развлекательная радиостанция для детей и молодежи в возрасте 4–18 лет. Важное место в жизни радиостанции занимают музыкальные программы, музыка тщательно подбирается с учетом вкусов детей: 80% в стиле поп, рок и танцевальной музыки, 9% – на выбор радиостанции, 11% – музыка для групп специального интереса [8].

Русскоязычная диаспора создала в Торонто музыкальную детскую интернет-радиостанцию “Радио Детский мир – Children’s World” (“Радио Детский мир”), которая круглосуточно транслирует песни, радиопьесы и музыку из кино и мультфильмов советского периода. В рамках интернет-портала “Galaxymusic” (“Галакси музыка”) созданы две детские виртуальные радиостанции: “Mousses Musique” (“Пенная музыка”) (транслирует франкоязычную музыку, стихи, радиопьесы, новости из жизни известных людей и т.д.), “Kids’ Stuff” (“Для младенцев”) (лучшие детские песни и радиопостановки авторов и исполнителей со всего мира) [3, с. 4].

История зарождения и развития детского радиовещания в Канаде продемонстрировала коммерческий потенциал обычно не подходящего, а затем и не интересного радиопродукта для администрации радиостанций. Творческий подход и желание найти золотую середину между прямой рекламой и не навязчивым спонсорством позволили авторам создавать действительно интересные радио проекты еще на заре зарождения радиовещания в мире. Настоящим же индикатором качества таких программ является широкий круг слушателей не только в 20-30-х годах прошлого века, но и на современном этапе. Поэтому убеждены, что для Украины, потенциал детского радиовещания в которой еще не

раскрыт, стоит пристальнее вглядываться в опыт зарубежных стран и не бояться его перенимать.

Опыт Канады помогает и другим странам создавать полноценный радиоконтент для самых маленьких слушателей, поэтому в дальнейших разработках целесообразным будет рассмотреть состояние развития детского радиовещания в развивающихся странах, где система радиовещания находится на этапе формирования. Ситуация там усложняется или тотальным обнищанием (в некоторых странах Африки радиовещание появилось только в 1970-х гг.), или тяжелым военным положением (страны арабского мира). Уместно также сосредоточить внимание на деятельности международной организации ЮНИСЕФ, которая принимает ряд мер по развитию детского радиовещания. Среди самых известных – “The International Children’s Day of Broadcasting” (Международный день детского вещания), который отмечается в первое воскресенье марта.

#### *Литература*

1. Гирина Т.С. Детское радиовещание в Украине: структурно-функциональный и творческий дискурс : дис. на соиск науч. степ.к. соц. ком : спец. 27.00.04 / Т.С. Гирина. – Запорожье, 2013. – 334 с.
2. Children’s Christmas Radio Shows [Electronic resource] // Old Time Radio. – Mode of access: <http://www.christmasradioshows.com/childrens-shows.html>.
3. Children’s Program, Cuckoo Clock House Make sLearning Fun. The Sherbrooke Telegram [Electronic resource] // The Sherbrooke Telegram. – Sherbrooke. – 1949. – № 16. – P 4. – Mode of access: <http://news.google.com/newspapers?nid=707&dat=19490421&id=LLVNAAAIAIAJ&sjid=VkJQDAAAIAIAJ&pg=1866,5080026>.
4. Jung, M. Rádio na Rede Trechoda Introdução de Jornalismo de rádio [Recurso electrónico] / M. Jung. – São Paulo : Editora Contexto, 2004. – 160 p. – Modo de acceso: <http://www.editoracontexto.com.br/produtos.asp?cod=259&cat>.
5. Krug, H. Vonder Vielstimmigkeit zur Marke: monographie : 60 Jahre ARD-Hörfunkprogramme / H. Krug. – Konstanz: UVK Verl.-Ges, 2010. – 117 s.
6. Learn about the popular children’s programming which was of feredon Canadian old-time radio [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.cotra.ca/children.htm>.
7. The United Nations Children’s Fund [Electronic resource] : [Recent Posts, RSS Feed, Blog roll] / Kubrick. – Electronic data. – New York. : 2005 – Mode of access: <http://unicefcdp.wordpress.com/>. (11.12.2014).
8. Website Oxygeneradio [Ressource électronique] : [programmation, à propos, partenaires, écrivez-nous] / Édimage. – Lesdonnéesélectroniques. – Canada, 2011 – Mode of access: [http://oxygeneradio.ca/index.cfm?Voir=menu&Repertoire\\_No=2137990852&M=3612](http://oxygeneradio.ca/index.cfm?Voir=menu&Repertoire_No=2137990852&M=3612).(11.12.2011).

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ ИНТЕРНЕТ-СМИ В СТРАНАХ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА**

Для современной медиасферы Республики Беларусь, Российской Федерации и Республики Казахстан 2015 год начался с ряда значимых событий. С 1 января создан и заработал Евразийский экономический союз трех стран. Кроме того, со 2 января к Союзу присоединилась Республика Армения. Поскольку наши страны интегрированы в глобальное информационное и коммуникационное пространство, они не могут избежать влияния тех процессов, которые происходят в мировой медиасфере. В странах ЕАЭС глобальные тренды в сфере СМИ и новых медиа, а также локальные особенности, такие как проникновение интернета, законодательство, особенности аудитории, в значительной степени влияют на медийный ландшафт Байнета, Рунета и Казнета.

По данным Международного союза электросвязи за 2013 год, Беларусь вошла в девятку стран, добившихся наибольших успехов в развитии информационно-коммуникационных технологий на постсоветском пространстве. Наша страна заняла 38-е место в мировом рейтинге по индексу развития ИКТ, опередив Россию (42-е место), Украину (73-е место), Польшу (44-е место) и Казахстан (53-е место) [5, с. 69]. Так, в 2013 году число пользователей интернета превысило половину населения Беларуси (54,2% или 5,2 млн. человек). Подобную динамику роста популярности сети констатируют и другие исследовательские организации.

Появление и развитие веб-журналистики, как в Беларуси, так и в других странах ЕАЭС, было обусловлено рядом социально-экономических причин. К основным условиям и факторам становления нового сегмента национальной медиасферы можно отнести технологический, экономико-финансовый, материально-технический, аудиторный, профессионально-кадровый, правовой [3, с. 23]. Становление интернет-СМИ напрямую зависело от степени развития сегмента сети каждой из стран, в том числе от уровня доступа населения к интернету, востребованности национальных ресурсов, а также от ситуации на рынке онлайн-услуг и интернет-рекламы.

Примечателен тот факт, что с 1 января 2015г. в Республике Беларусь вступили в силу изменения и дополнения к Закону «О средствах массовой информации». Принципиальной и основной новацией является

ся распространение его действия на информационные ресурсы (их составные части), размещенные в интернете. При этом никаких разрешительных процедур, в том числе государственной регистрации, для этих ресурсов не требуется. Таким образом, новый документ наделил интернет-ресурсы правами и обязанностями средств массовой информации. Также четко прописаны случаи, когда возможно введение ограничений доступа к продукции СМИ, распространяемой через интернет. Закреплен также порядок опровержения информации в интернете.

Для сравнения: в Республике Казахстан все веб-ресурсы были приравнены к средствам массовой информации еще в 2009г. Это государство целенаправленно проводит государственную политику жесткого правового регулирования национального интернет-пространства. В частности, в 2011г. был заблокирован блогхостинг LiveJournal. Поводом для ограничения доступа стали экстремистские материалы, которые размещались на ресурсе. В январе 2015г. по заявлениям прокуроров и уполномоченных органов в Республике Казахстан признана незаконной продукция 703 интернет-ресурсов. По похожему пути пошла и Республика Беларусь. Так, 22 января 2015г. Министерством информации было принято решение об ограничении доступа к двум информационным ресурсам, содержащим вульгарную и табуированную лексику, способную нанести вред национальным интересам Республики Беларусь.

По данным республиканского опроса «Национальные электронные и печатные СМИ в общественном мнении белорусских граждан», проведенного ИАЦ в июле 2014г., 74,7% опрошенных пользователей считают, что информационные потоки в интернете необходимо регулировать. В числе сайтов, подлежащих ограничению, участники опроса назвали, прежде всего, те, которые содержат информацию эротического и порнографического характера (85,3%), а также имеют террористическую и экстремистскую направленность (в среднем по 76,9%). Значительная часть граждан считает, что необходимо регулировать рекламу табака и спиртных напитков, спам, рассылки (в среднем по 63,9%), а половина респондентов отмечают сайты оппозиционных политических сил и пиратскую видео- и аудиопродукцию (в среднем по 49,9%) [5, с. 84].

Приведенные выше факты позволяют сделать вывод, что, несмотря на стремительное развитие интернета в Республике Беларусь и Республике Казахстан, в 2015г. законодательное регулирование контента и возрастающая конкуренция с российскими веб-ресурсами, в первую очередь, социальными медиа и поисковыми системами, несколько усложняют ситуацию на рынке национальных интернет-СМИ. В этом контексте также необходимо отметить, что в медиасфере ЕАЭС проис-

ходят существенные изменения в творческой деятельности журналистов. В ходе эволюции новостные веб-ресурсы трех стран обогатились новыми возможностями. Ведущие СМИ сегодня представлены в интернете уже не столько в качестве веб-версий газет, сколько в виде новых по формату изданий, сочетающих в себе интерактивные и мультимедийные сервисы [1, с. 130].

Практически все федеральные издания России уже перестроились на работу в формате не газетной, а мультимедийной редакции. Многие из них на практике исповедуют принцип Digital-first, то есть в первую очередь производят контент для сайта, а уже потом упаковывают его для бумажной версии. Другие, наоборот, придерживаются принципа Print-first, то есть сразу «делают» газету и лишь затем выкладывают на сайт уже опубликованные в печатной версии материалы. Представляет интерес ситуация на рынке региональных СМИ. Так, в Республике Казахстан регионы пока отстают от Алматы и Астаны по числу интернет-пользователей и не мотивируют свои издания к переходу в электронный формат. В идеале хотелось бы видеть платформы, где в одном месте можно будет найти тексты, аудио и видео. В Республике Беларусь многие региональные СМИ, за редким исключением, представляют собой «клоны» родительских печатных изданий.

Переход к мультиплатформенной подаче материалов требует от журналистов стран ЕАЭС новых профессиональных навыков, а от редакций – внедрения современных способов по организации работы на несколько каналов распространения контента [2, с. 80]. Дефицит творческих и управленческих компетенций и технологий – одна из острых кадровых и организационных проблем на сегодняшнем рынке СМИ. Другая заметная тенденция в производстве контента СМИ связана с падением роли текста в журналистских произведениях. Мультимедийность приучает нас к веб-серфингу вместо чтения. В результате большие тексты становятся непозволительной роскошью, поскольку проигрывают конкуренцию за время читателя. Например, стремительно растет роль инфографики, но визуализация данных, как одно из перспективных направлений поиска нового языка журналистики, тоже страдает от недостатка профессиональных кадров.

Для воплощения фактологического ряда в интернет-СМИ стран ЕАЭС используются способы предъявления информации, которые ранее не применялись в периодической печати. Прежде всего, существенные изменения претерпел заголовок. В веб-журналистике он должен быть максимально информативным и завершенным в семантическом плане для того, чтобы дать читателю представление о содержании текста. В нем обобщается главное из того, о чем говорится в тексте. Иными сло-

вами, заголовок представляет собой квинтэссенцию содержания публикации. Для создания качественного заголовка, как важнейшего элемента текста в веб-журналистике, необходимо выбрать ключевые слова новости, связать их интересным глаголом в активном залоге и указать название местности, где произошло то или иное событие. Этот творческий метод сегодня используется большинством ведущих интернет-СМИ на постсоветском пространстве.

Приведем в качестве примера сайт газеты «Комсомольская правда в Белоруссии» [kp.by](http://kp.by), заголовки для которого создаются в соответствии с определенными стандартами. В частности, во многих заглавиях используются активные глаголы «возмутился», «пожаловался», «потребовал», «запретил». Во многих заголовках можно увидеть также словосочетание «в центре Минска», привлекающее внимание аудитории. Распространенным творческим приемом является использование в заголовках ключевых слов «белорусы» и «минчане», что позволяет приблизить новость к аудитории в географическом отношении. Подобные приемы часто используют также порталы [Onliner.by](http://Onliner.by) и [Tengrinews.kz](http://Tengrinews.kz). Заметим, что логическое ударение в заголовке, как правило, располагается в начале предложения. Первое слово в заголовке самое важное, чаще всего это указание объекта, о котором рассказывается в материале, либо ссылка на местность.

Полученные в ходе исследования данные указывают на существенную модификацию не только заголовков, но и текстов журналистских публикаций. В частности, интернет-СМИ Беларуси и Казахстана часто используют на своих сайтах такие творческие приемы, как постановка акцентов с помощью элементов форматирования текста, выделение ключевых слов полужирным или курсивом, особое строение абзацев, упрощение синтаксиса. Первые два абзаца текста приобретают определяющую роль в эпоху мобильной телефонии, когда новости читают на экранах смартфонов. Их объем чаще всего ограничен 150 словами, которые должны, в первую очередь, нести новостную компоненту. Пользователи любят цитаты, прямую речь, а также максимум фактов.

Динамические процессы в веб-журналистике последних лет привели к тому, что веб-редакторы ряда сайтов в странах ЕАЭС при публикации заголовков и текстов на сайтах стали также учитывать требования поисковой оптимизации (англ. SearchEngineOptimization, SEO). Под этим термином понимается комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей. Посетители приходят на сайт тремя основными способами: набрав название сайта в браузере (прямой трафик), по внешним ссылкам (трафик переходов) и с поисковых систем (поисковый трафик). Послед-

ний способ чрезвычайно важен, так как в ряде случаев доля поискового трафика достигает 60–70%, и именно переходы с поисковых систем Яндекс и Google обеспечивают значительную часть посетителей.

«Поисковые системы изменили подход к подаче материалов и, можно сказать, несколько усложнили работу журналистов, – отмечает исследователь О. В. Муравьева, занимающаяся изучением веб-журналистики в ЕНУ им. Л. Н. Гумилева. – Писать интересно больше не является для них основным качеством. Текст, популярный в сети, должен обязательно иметь «читаемый заголовок» и «ключевые слова». Интернет диктует свои правила журналистике. На сегодняшний день нехватка в Казахстане журналистов со знанием SEO-оптимизации пагубно сказывается на развитии казахстанского сегмента интернета в целом. Так, большинство наших граждан получают информацию из зарубежных, в том числе российских сайтов. Имея качественный контент, наши сайты практически не представлены в поисковых системах» [6, с. 13].

В данном контексте особенно показательны успешные примеры поискового продвижения некоторых сайтов региональных СМИ Республики Беларусь. Например, сайт газеты «Дняпроўская праўда» [dubrovno.by](http://dubrovno.by) (г. Дубровно, Витебской обл.) был создан в июле 2010г. Посещаемость этого веб-ресурса в начале 2015г. достигла около 250 уникальных посетителей в сутки, что является неплохим показателем для районного центра. Данный сайт занимает первое место в Google и Яндекс по ключевому запросу «Дубровно», что обеспечивает стабильный приток посетителей из поисковых систем. По данным за январь 2015г., 28% посетителей пришли на сайт [dubrovno.by](http://dubrovno.by) через Яндекс и 32% посредством Google. Поисковый трафик, таким образом, составил около 60% от общего числа посетителей.

Поисковые системы в соответствии с собственными алгоритмами определяют список сайтов, релевантных запросу пользователя. Релевантность определяется на основе ряда факторов, число их может достигать нескольких десятков. Каждый из факторов вносит свой вклад в формулу ранжирования, которая в ответ на запрос пользователя определяет порядок документов в результатах поиска. Принято считать, что более высокое место в выдаче поисковика получит страница с контентом, который отвечает ряду условий. Текст должен содержать ключевые слова и словосочетания, по которым его будут искать посредством поисковых сервисов. Ключевые слова должны быть включены в название сайта, заголовок и подзаголовки, а также сосредоточены в начале текста. Это один из наиболее действенных способов продвижения новостного сайта.

Потенциал же такого творческого метода, как визуализация, используется в современной веб-журналистике стран ЕАЭС явно недостаточно. К основным средствам визуализации контента в интернет-СМИ мы можем отнести фотографии, информационную графику, видеосюжеты. Такие средства, как 3D-визуализация и потоковое онлайн-вещание, используются значительно реже. В социальных медиа получили распространение мемы, коубы (зацикленные видео длиной до 10 секунд), анимированные фотографии, мини-игры. Среди гибридных способов представления контента мы можем выделить мультимедийные статьи (лонгриды). В последние годы получили распространение также технологии представления информации с использованием интерактивных карт. Все эти новые форматы объединяет отказ от текстоцентризма.

После 2010г. многие газеты, журналы, интернет-издания, радио- и телеканалы трех стран начали открывать свои представительства в социальных сетях. Большинство интернет-СМИ Беларуси делают основную ставку на продвижение в «ВКонтакте», а Twitter и Facebook рассматривают как дополнительные площадки. В Казахстане более популярен «Мой мир». Распространенной ошибкой является дублирование в социальных сетях контента, который размещается в интернет-изданиях. Сегодня востребованы свежие, нетрадиционные, творческие способы подачи информации, основанные на использовании технологий визуализации. Показателем успешности работы с социальными сетями в современной веб-журналистике является активность пользователей по переходу на сайт, а не число подписчиков групп [8, с. 80].

Практика как белорусской, так и российской журналистики демонстрирует эффективность стратегии, когда в социальных сетях особое внимание уделяется различным зрительным образам (демотиваторам, мемам, коллажам, оригинальным фото с подписями). В частности, многие белорусские интернет-издания используют как широко распространенные мемы, так и различные картинки с котиками, совушками и другими животными. Социальные сети породили специфические жанры (форматы), не имеющие еще четких определений. В социальной сети «ВКонтакте» в группе «Онлайнера» (<http://vk.com/onliner>) ежедневно публикуется от пяти до десяти сообщений (постов). Их может быть и больше, если в этот день происходит какое-нибудь важное событие. Все анонсы сопровождаются привлекающим текстом и изображением. Причем текст должен быть также и на самой картинке, потому что пользователи в первую очередь обращают внимание на изображение и текст на нем. В среднем одна запись собирает 20-30 комментариев, хотя наиболее резонансные материалы получают 150-200 откликов.

Публичные страницы в социальных сетях выступают эффективными инструментами для продвижения контента, который адаптирован именно к этим платформам. Рассматривая особенности деятельности портала «Онлайнер» в социальных медиа, можно отметить, что при размещении в «ВКонтакте» и Facebook анонсов тех или иных материалов также распространен неформальный стиль общения. Примеры: «Привет всем! Шагаем в новый день:!)», «Доброе утро! И всё же, как спалось?»)» «а почитайте большой и крутящийся текст о том, как...», «а почитайте и посмотрите, как...», «пристегнитесь покрепче прямо там, где сидите!», «а еще есть довольно крутая фотогалерея» и др. Исходя из этого, мы можем утверждать, что журналисты вторгаются в частное пространство, становятся «друзьями» читателей в социальных сетях.

Проведенное исследование показало, что качественные изменения современной медийной сферы в странах Евразийского экономического союза привели к существенной трансформации творческих методов и приемов веб-журналистики. В то же время на современном этапе освоения веб-пространства далеко не у всех редакций онлайн-медиа Республики Беларусь и Республики Казахстан есть успешная стратегия функционирования в интернете. Пока что существующие концепции сайтов не всегда могут считаться отвечающими современному уровню развития креативных индустрий. Потенциал новых коммуникационных платформ, в частности, социальных медиа, используется не всегда эффективно, многие издания недооценивают значимость грамотной реализации интерактивных возможностей. Потому важную роль будет играть обмен опытом с коллегами по ЕАЭС, образовательные программы по продвижению новых технологий медийного производства и управления.

#### *Литература*

1. Бодрунова, С. С. Медиарынок Великобритании и газетный кризис: стратегии выживания газет в период дигитализации медиапроизводства / С. С. Бодрунова // Экономическое возрождение России. – 2013. – № 4. – С. 129–142.
2. Вартанова, Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики / Е. Л. Вартанова. – М., МедиаМир, 2014. – 280 с.
3. Градюшко, А. А. Современная веб-журналистика Беларуси. / А. А. Градюшко. – Минск, БГУ, 2013. – 179 с.
4. Кравцов, В. В. Инновационная журналистика и власть в современном медийном пространстве: автореф. дис. ... д-ра.филол. наук: 10.01.10 / В. В. Кравцов. – Ин-т повыш. квалиф. работников телевид. и радиовещ. – М., 2012. – 55 с.
5. Медиафера Беларуси. Социологический аспект; под общ. ред. В. О. Дашкевича [Электронный ресурс] / Информационно-аналитический центр Ад-

министрации Президента РБ. – Минск, 2014. – Режим доступа : [http://iac.gov.by/sbornik/Mediasfera\\_Belarusi.pdf](http://iac.gov.by/sbornik/Mediasfera_Belarusi.pdf). – Дата доступа : 25.01.2015.

6. Муравьева, О. В. Современная журналистика в условиях конвергенции / О. В. Муравьева // 7th International Scientific Conference «European Applied Sciences: modern approaches in scientific researches»: Papers of the 7 th International Scientific Conference. December 16, 2013, Stuttgart, Germany. – P. 13–14.

7. Потятиник, Б. В. Интернет-журналистика : навч. посіб. / Б. В. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 244 с.

8. Степанов, В. А. Анализ использования сервиса «Твиттер» в работе белорусских республиканских госорганов / В. А. Степанов // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2014. – № 1. – С. 77–80.

**Анна Губина**

*Белгородский национально-исследовательский университет,  
Россия*

## **РОССИЙСКО-АРГЕНТИНСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ СМЕНЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО И ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЕКТОРА РАЗВИТИЯ РОССИИ НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТЫ «LA NACION»**

Торгово-экономическая связь России и Аргентины имеет давнюю историю. Дипломатические отношения двух государств были установлены 22 октября 1885 года. По меткому выражению бывшего советника посольства Аргентины в России Л. Браво, «этот акт не был проявлением лишь "сердечных отношений" между нашими странами: он явился весьма прагматичным шагом, тщательно продуманным и "просчитанным"» [9]. Позднее эта связь не прерывалась – даже в период «замораживания» официальных контактов.

Аргентина – одна из самых крупных и экономически развитых стран Латинской Америки. Отголоски русской культуры были принесены сюда несколькими волнами российских эмигрантов, что сегодня способствует сближению наших стран. В лице потомков этих эмигрантов Россия располагает сторонниками российско-аргентинского сотрудничества. Многие аргентинцы проявляют интерес к нашей стране, потому что видят выгоду в развитии межгосударственных отношений.

Любое государство воспринимается глазами иностранцев через призму стереотипов. И, конечно же, среди аргентинцев сложились прочные шаблонные представления о России: русские красавицы, щедрая душа, холодные и суровые зимы, культурная, многонациональная страна и, естественно, водочная империя. Большую часть информации о жизни из-за рубежа жители узнают из местных СМИ. Именно медиа

дополняют стереотипное восприятие сведениями о том, что происходит в России, как там живут люди, к чему стремятся, какие проблемы решают.

На сегодняшний день в Аргентине печатается около 200 изданий. Одной из самых популярных и влиятельных общенациональных газет является ежедневная «La Nación», основанная еще в 1870 году, штаб-квартира которой располагается в Буэнос-Айресе. Именно в материалах, опубликованных в данном ежедневнике с 01.08.2014 по 20.11.2014, поднимались самые актуальные темы, способствующие развитию российско-аргентинских отношений. Например, освещение событий в Крыму, на востоке Украины, введение санкций со стороны США, стран Евросоюза, Большой семёрки и некоторых других стран, являющихся партнёрами США и ЕС, ответные меры Владимира Путина на ограничения, наложенные против России. После чего Российская Федерация сменила направление политического и экономического вектора в сторону Латиноамериканского континента, в том числе и Аргентины. Два государства стали активнее развивать отношения. Достаточно вспомнить официальные визиты В.Путина в Буэнос-Айрес и аргентинского президента К. Киршнер в Россию.

События, сыгравшие на руку Аргентине, всколыхнули до этого дремавший интерес всех средств массовой информации к российско-аргентинским отношениям. В связи с этим в аргентинской прессе увеличилось количество материала о России. Так, с 01.08.2014 по 30.11.2014 в «LaNacion» вышло 612 публикаций с упоминанием Российской Федерации. Это не считая информации, опубликованной в ежемесячном приложении «Россия сегодня» (RusiaHoy), являющимся частью международного проекта Russia Beyond the Headlines.

Публикации, размещенные на страницах газеты, логически складываются во вполне определенную медиакартину, рисующую образ России в представлении аргентинского общества. Например, Рохелио Пфиртер, журналист издания, в одной из статей говорит, что Россия всегда считала себя великой державой в окружении буферных государств. Так, с большевиками был создан Советский Союз, сферы влияния, которого охватили большую часть Центральной и Восточной Европы. Сегодня уже при самодержавном режиме Путина Россия намерена создать Евразийский союз. Далее журналист говорит о конфликте на Украине, как о противостоянии местного правительства (при поддержке Запада) с сепаратистами (при поддержке России). Автор отмечает, что данные события негативно отражаются не только на региональной безопасности, но и отрицательно влияют на вопросы разоружения и нераспространения химического и биологического оружия массового

уничтожения («Daños colaterales de la crisis en Ucrania», Побочный эффект кризиса на Украине) [4]. Также газета информирует, что введенные для России ограничения ударят по мировой экономике. Но, «Россия, Китай и Иран готовы противостоять политическому и экономическому миру-порядку, который был установлен США и Западом после распада СССР». Накладываемые санкции только убеждают Президента Путина в том, что «будущее России – не на Западе, а на Востоке» («Rusia y sus sueños de cortar los lazos con Occidente», Россия и ее мечты порвать с Западом, от 10.08.2014) [2].

Если говорить о перспективах расширения российского экспорта, то здесь мы можем наблюдать следующую картину: Аргентина является рынком, предоставляющим реальные возможности для российских экспортеров. В свою очередь, заключенные соглашения России и Аргентины открывают большие возможности для расширения поставок мясомолочных продуктов в Россию («Exporta dores de carne y lácteos se entusiasman con el mercado ruso», Экспортеры мяса и молока с энтузиазмом смотрят на рынок России, от 11.08.2014) [3].

Российско-аргентинские отношения охватывают более широкий круг вопросов, чем поставки продовольствия: прежде всего, сотрудничество в области атомной энергетики и строительство гидроэлектростанций в аргентинской Патагонии с участием российского капитала. «La Nación», ссылаясь на высокопоставленные источники в МИД Аргентины, пишет о российских бизнесменах – нефтяниках, заинтересованных в развитии совместных проектов по разведке месторождений сланцевого газа в Аргентине. И первый шаг уже сделан – управляющий директор национальной нефтегазовой компании «Yacimientos Petrolíferos Fiscales» (YPF) Мигель Галуччи договорился с Газпромом подписать меморандум о взаимопонимании для разработки газовых месторождений в Аргентине («Misión de petroleras rusas», Российские интересы в Аргентине, 10 ноября) [5].

Россия готова развивать отношения, заложенные Владимиром Путиным и Кристиной Киришнер в Буэнос-Айрес в июле 2014 года. В ходе переговоров двух лидеров рассматривался вопрос участия Росатома в строительстве АЭС Atucha V, о совместном строительстве с российской стороной плотины в Чиудио (Chiuído) – провинция Нуекен. Также Россия поддержала Аргентину в ООН в борьбе с фондами-стервятниками. Все санкции США и Запада привели к тому, что у Аргентины появились «новые друзья»: Китай, Россия и Иран («El Gobierno redefine su esquema de alianzas estratégicas», Правительство пересматривает свои стратегические союзы, от 27.09.2014) [5].

Сегодня мировая власть находится в руках США, России и Китая. Газета «La Nación Argentina» отмечает, что Китай позволит России выдержать санкции, введенные Западом. Для этого, по данным газеты, 9 ноября 2014 года Путин и председатель КНР Си Цзиньпин подписали 17 соглашений о военном и экономическом сотрудничестве. Главными являются вопросы экспорта крупных объемов российского газа, строительство газопровода, финансируемого Газпромом («Elnuevoordenmundialestriangular», Новый миропорядок имеет треугольную форму, от 16 ноября 2014) [8]. Таким образом, Россия и Китай объединяются, чем смогли нанести удар по США.

Очень часто на страницах газеты «La Nación» создается образ Аргентины, как шахматной фигуры в мировой геополитической игре. Россия и США же представляются ведущими мировыми державами, которые собственно и ведут игру («Argentina esunapiezadeajedrezenlageopolítica mundial», Аргентина, как шахматная фигура в мировой геополитической игре, от 20 августа 2014) [7]. Аргентина оказалась вовлеченной в мировую геополитическую игру. И непонятно, какой фигурой она является. Возможно, пешкой. Максимум — ладьей. В любом случае ясно одно: нынешний внешнеполитический курс правительства привел к тому, что страна превратилась в еще одну разменную фигуру в противостоянии великих держав. Автор этой статьи – Мартин Динатале – приходит к выводу, что новая форма мирового порядка, основывающаяся на трех полюсах силы и очень похожая на ту, что сложилась к началу XIX века и накануне Первой мировой войны, наверняка будет преобладать на глобальной шахматной доске в ближайшие годы. Вся проблема этих цирковых номеров на плохо натянутом канате заключается в том, что обычно они заканчиваются весьма печально для акробатов.

Если формировать представление о России только по публикациям «La Nación», получается интересная картина: аргентинцы не поддерживают политику, проводимую Москвой, но и не отрицают ее. С одной стороны, Российская Федерация воспринимается как друг и единомышленник стран Латинской Америки, а, с другой, при освещении новостей допускаются выражения «экспансия Крыма», «помощь сепаратистам», «экспансия России на Украину», свойственные западным СМИ. Таким образом, на международной арене Аргентина старается придерживаться «третьей», наиболее выгодной, позиции. Поэтому в газете «La Nación» освещение новостей, затрагивающих Россию, носит нейтрально-негативный характер.

### *Литература*

1. Портал «ИноСМИ.RU» [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://inosmi.ru/magazines/reg\\_latinamerica/](http://inosmi.ru/magazines/reg_latinamerica/), свободный. – Яз.рус.
2. RogelioPfirter, DañocolateraldelacrisisenUcrania [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.lanacion.com.ar/1727266-dano-colateral-de-la-crisis-en-ucrania>, свободный. – Яз.исп.
3. Roberto Seiferd, Exportadoresdecarney lácteosentusiasmanconelmercadoruso [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.lanacion.com.ar/1717500-exportadores-de-carne-y-lacteos-se-entusiasman-con-el-mercado-ruso>, свободный. – Яз.исп.
4. Nouriel Roubini, Rusia y susueñodecortarloslazoscon Occidente [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.lanacion.com.ar/1717103-sin-titulo>, свободный. – Яз.исп.
5. Martín Dinatale, Misión depetroleras rusas [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.lanacion.com.ar/1742569-mision-de-petroleras-rusas>, свободный. – Яз.исп.
6. Martín Dinatale, ElGobiernoredefineesquemadealianzasestratégicas [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.lanacion.com.ar/1730777-el-gobierno-redefine-su-esquema-de-alianzas-estrategicas->, свободный. – Яз.исп.
7. Martín Dinatale, Argentina esunapiezadeajedrezenla geopolítica mundial [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.lanacion.com.ar/1720120-argentina-es-una-pieza-de-ajedrez-en-la-geopolitica-mundial>, свободный. – Яз.исп.
8. Luisa Corradini, Elnuevoordenmundialestriangular [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.lanacion.com.ar/1744294-el-nuevo-orden-mundial-un-triangulo-de-potencias>, свободный. – Яз.исп.
9. Институт Латинской Америки Российской академии наук [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ilaran.ru/?n=287>, свободный. – Яз.рус.

**Василий Гулай**

*Национальный университет «Львовская политехника»,  
Украина*

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «МЕЖДУНАРОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ»**

Исследователи отмечают, что понятие «информационное пространство» объединяет в себе два термина: «пространство» и «информация». Пространство можно охарактеризовать такими свойствами, как структурность, длина, сосуществование и взаимодействие элементов во всех материальных системах. По мнению М. Катковой, информационное пространство – это исторически сложившаяся, обеспеченная правовыми гарантиями и средствами связи, с наибольшей доступностью для потре-

бителя, форма скоординированных и структурированных, территориально близких и отдаленных информационных ресурсов, аккумулирующих результаты коммуникативной деятельности людей [4].

Информационное пространство, постоянно расширяясь и играя все более важную роль в жизни людей, формирует новое жизненное пространство в виде целостного поля, внутри которого индивиды взаимодействуют между собой. Его специфика заключается в разорванности двух уровней бытия: реального и виртуального, что приводит к новым нормам и ситуациям существования. Приобретая глобальный характер, информационные технологии способствуют расширению коммуникаций и формированию единого коммуникативного пространства, в рамках которого формируются свои особые законы и нормы поведения и мировосприятия [6]. Действительно, коммуникация и информация приобретают фундаментальный характер, и, соответственно, нуждаются в обсуждении вариантов использования понятия «информационно-коммуникативное пространство».

Становление информационной цивилизации в конце XX – начале XXI вв. отразилось существенными изменениями во всех сферах жизнедеятельности общества, в том числе – и в политической. Так, именно в последние десятилетия все более очевидным становится взаимосвязь культуры и политики и их зависимость от характера развития информационно-коммуникативного пространства, в котором происходит дискурс между властными институтами и обществом путем использования разнонаправленных информационных сообщений, вербальных и невербальных средств, идей, ценностей и образов.

Информационно-коммуникативный аспект функционирования политики становится одним из важнейших, а борьба за право контролировать каналы политической коммуникации, их направления, объемы и содержание сегодня является одним из ведущих проявлений политической конкуренции как на уровне осуществления внутренней политики, так и в рамках межгосударственных и общемировых политических отношений [2, с. 208].

Информационно-коммуникативное пространство определяют как часть (подпространство) пространства социокультурного, то есть включение в социальную реальность и действительность зон, в которых действуют преимущественно информационно-коммуникативные факторы. В самом информационно-коммуникативном пространстве также могут быть выделены подпространства: научно-технической, экономической, политической, управленческой, культурной и других видов социальной информации, которые объединяются формами коммуникативной деятельности и ее информационным характером [7].

Информационно-коммуникативное пространство рассматривается в современных условиях как уровень развития культуры определенного общества и мощный властный ресурс, с помощью которого государственные и негосударственные институты конструируют, продвигают и легитимизируют политические ценности, идеалы, образы, а также их непосредственных носителей. Политические процессы в современном мире имеют много измерений. Одним из важнейших является культурно-политическое измерение [2, с. 256].

Информационно-коммуникативное пространство является децентрализованным, не зависит от прежней определенности, идеологии, религии, культуры, национальности и поведения человека. Такая среда предстает как новая форма культуры, в которой информационно-коммуникативные отношения становятся своеобразным способом существования людей [3].

Глобальные тенденции социально-экономических трансформаций позволяют утверждать о формировании нового типа общества, основанного на информации и знаниях. Последние можно рассматривать как комбинацию данных и информации, к которым добавляется точка зрения, навыки и опыт эксперта, дает весомый результат, который может быть использован для принятия решения.

Именно для качественной подготовки таких специалистов в 2006г. в Национальном университете «Львовская политехника» была создана кафедра международной информации. Опытные преподаватели – специалисты по информационным технологиям, международным отношениям и международному праву, которые стояли у истоков кафедры, с 2003г. начали подготовку бакалавров направления «Международные отношения» и специальности «Международная информация» в одном из древнейших и крупнейших технических вузов Украины.

В 2013г. направление 6.030204 «Международная информация» («бакалавр»), специальности 7.03020401 «Международная информация» («специалист») и 8.03020401 «Международная информация» («магистр») Национального университета «Львовская политехника» были успешно аккредитированы по высшему IV уровню аккредитации [1, с. 111]. Базовые знания по информационно-аналитической подготовке студенты-бакалавры «Международной информации» Львовской политехники получают в курсах «Теория и практика коммуникации», «Базы данных», «Анализ внешней политики».

Обобщающую роль в этой составляющей программы подготовки специалистов международной информации занимает овладение курсом «Информационно-аналитическая деятельность в международных отношениях», где они проходят такие темы, как «Информационная продук-

ция в системе национальных и международных информационных ресурсов», «Понятие, разновидности и источники аналитической информации», «Документ как объект анализа», «Понятие, структура и процесс подготовки аналитического документа», «Основные положения и содержание информационно-аналитической работы в области международных отношений», «Информационно-аналитическое обеспечение внешнеполитической деятельности государства», «Классификация информационных центров и учреждений», «Ведущие неправительственные информационно-аналитические центры в области международных отношений и внешней политики».

Реагируя на потребности рынка труда и запросы будущих специалистов в 2013г. в программу подготовки «бакалавра» направления «Международная информация» и «специалист» специальности «Международная информация» Львовской политехники введены следующие курсы: «Информационный менеджмент», «Правовая аналитика в международных информационных отношениях», «Информационно-коммуникативный менеджмент», «Информационный консалтинг» соответственно.

Программа подготовки магистров специальности «Международная информация» НУ «Львовская политехника» предусматривает такие циклы подготовки: гуманитарный, социально-экономический, естественнонаучный, профессиональный (профессионально-ориентированный) и практический. Особое внимание уделяется изучению и применению современных информационных систем и технологий, моделированию и прогнозированию в международных отношениях [5, с. 20-21]. Подготовка студентов-магистров специальности «Международная информация» осуществляется по двум специализациям: «Прикладной анализ информации и прогнозирования региональных процессов» и «Информационно-аналитическое обеспечение внешней политики европейских государств», включающие соответствующие циклы выборочных дисциплин. Выборочная часть включает дисциплины самостоятельного выбора учебного заведения и группы профессионально-ориентированных дисциплин по профессиональному направлению будущей деятельности и подготовки «магистра».

Система обязательных содержательных модулей в условиях производственной деятельности должна обеспечивать овладение следующими умениями: проводить информационно-аналитическое исследование; составлять обзоры и рефераты по иностранным информационным материалам; проводить поиск документальной и фактографической информации; систематизацию и обобщение данных, выявлять ключевые моменты; проводить анализ международной информации социальных сис-

тем; международных систем и глобального развития; проблем информационного общества; осуществлять математическое моделирование ситуаций в международных отношениях; анализировать опыт использования информационных войн и психологических операций в международных отношениях; проводить поисковое и нормативное прогнозирование; использовать современные программные средства для экспертных оценок и системного анализа в международных отношениях; использовать в своей деятельности иностранные языки; проводить учебные занятия; создавать аналитические документы – и все это с активным использованием современных ИКТ.

В условиях производственной или научно-исследовательской деятельности подготовленные специалисты-магистры специальности «Международная информация» Национального университета «Львовская политехника» проявляют умение искать, собирать, систематизировать, обобщать информацию, формировать собственные взгляды на явления, события, процессы, а также по результатам анализа продуктов собственной деятельности и самонаблюдений принимать решения, выбирать стратегию деятельности .

Особое внимание при подготовке «информационных аналитиков-международников, переводчиков» уделяется изучению и соблюдению в своей деятельности прав интеллектуальной собственности. В частности, студенты уровня «специалист» и «магистр» изучают курс «Интеллектуальная собственность» и выбирают соответствующие темы выпускных квалификационных работ, а магистранты специализации «Прикладной анализ информации и прогнозирования региональных процессов» дополнительно изучают дисциплину «Правовые основы рынка информационных продуктов и услуг».

Отвечая на вызовы современности, в частности специфические потребности рынка труда, преподаватели кафедры международной информации Львовской политехники вносят соответствующие изменения в программы подготовки «бакалавра», «специалиста» и «магистра», обеспечивая подготовку «информационных аналитиков - международных, переводчиков», которые уже смогли занять достойное место в информационно-аналитических подразделениях органов государственной власти и местного самоуправления, коммерческих и негосударственных общественных организациях Украины и других стран; открыты к предложениям сотрудничества от коллег из Республики Беларусь.

Тенденции трансформации информационно-коммуникативного пространства, опыт подготовки специалистов «Международной информации» позволяют утверждать об укреплении позиций высококвалифи-

цированных информационных аналитиков– международных, перспективах специальности «Международная информация».

#### *Литература*

1. Гулай, В. В. Зміст інформаційно-аналітичної підготовки фахівців напрямку й спеціальності «Міжнародна інформація» Національного університету «Львівська політехніка» / В. В. Гулай // «Проблеми підготовки фахівців з інтелектуальної власності, інформаційно-аналітичної та інноваційної діяльності в Україні»: Збірник наукових статей по матеріалам доповідей на XIV науково-практичній конференції. – К.: Інститут інтелектуальної власності Національного університету «Одеська юридична академія» в м. Києві, 2014. – С. 109-113.

2. Дубас, О. П. Інформаційно-комунікаційний простір : культурно-політичні детермінанти: Монографія./ О. П. Дубас. – К. : Генеза, 2011. – 256 с.

3. Дубас, О. П. Розвиток інформаційно-комунікаційного простору в контексті взаємодії культури та діаспори [Електронний ресурс] / О. П. Дубас. – Режим доступу: <http://kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2009-2/doc/1/06.pdf>

4. Каткова, М. В. Понятие «информационное пространство» в современной социальной философии / М. В. Каткова // Известия Саратовского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика. – Вып.2.– 2008. – [Електронний ресурс] / М. В. Каткова. – Режим доступу: <http://www.sgu.ru/sites/default/files/journals/izvestiya/pdf/2013/12/13/2008-2-6.pdf>

5. Лунь, Ю. О. Зміст освітньої та професійної підготовки студентів ОКР «магістр» спеціальності «Міжнародна інформація» Національного університету «Львівська політехніка» / Ю. О. Лунь, В. В. Гулай // Матеріали міжнародної наукової конференції «Міжнародна інформація: концептуальні та прикладні виміри». – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2013. – С. 20-21.

6. Москалик, Г. Поняття, природа і джерела формування інформаційно-комунікативного середовища [Електронний ресурс] / Г. Москалик. – Режим доступу: [file:///C:/Users/1/Downloads/gileva\\_2013\\_77\\_47.pdf](file:///C:/Users/1/Downloads/gileva_2013_77_47.pdf)

7. Татакі, О. О. Інформаційно-комунікативний простір організації в контексті розвитку інформаційних технологій [Електронний ресурс] / О. О. Татакі. – Режим доступу: <http://storage.library.opu.ua/online/periodic/iopktXXI/322-325.pdf>

## НОВЫЯ ПАРАДЫГМЫ МІЖНАРОДНАЙ ЖУРНАЛІСТЫКІ, АБУМОЎЛЕННЯ ЎТВАРЭННЕМ ЕЎРАЗІЙСКАГА ЭКАНАМІЧНАГА САЮЗА

1 студзеня 2015г. уступіў у сілу Дагавор аб утварэнні Еўразійскага эканамічнага саюза, які заключылі Беларусь, Расія, Казахстан і Армения. Падапісана пагадненне і аб далучэнні да Саюза Кыргызстана (усе працэдуры па гэтай дамоўленасці павінны завяршыцца да мая бягучага года). У Дагаворы аб ЕАЭС (частка першая, раздзел I, артыкул 1) запісана: “Саюз з’яўляецца міжнароднай арганізацыяй рэгіянальнай эканамічнай інтэграцыі, якая валодае міжнароднай правасуб’ектнасцю”. Такім чынам “пачало функцыянаваць адно з буйнейшых у свеце інтэграцыйных аб’яднанняў, якое забяспечвае свабоду руху тавараў, капіталу і рабочай сілы” [1]. ЕАЭС утвораны з мэтай забеспячэння ўстойлівага сацыяльна-эканамічнага развіцця і бяспекі краін – удзельніц, а таксама супрацоўніцтва іх з іншымі дзяржавамі, міжнароднымі эканамічнымі аб’яднаннямі і Еўрапейскім саюзам з выходам на стварэнне агульнай эканамічнай прасторы. Узнікла новая геапалітычная рэальнасць, якая істотна паўплывае не толькі на знешнюю і ўнутраную палітыку краін-удзельніц, але і на сусветную палітыку і журналістыку.

Асабліва роля ва ўсебаковым асвятленні інтэграцыйных працэсаў належыць міжнародным сегментам нацыянальнай журналістыкі краін-удзельніц. У сувязі з гэтым неабходна зноў звярнуцца да Дагавора аб утварэнні ЕАЭС, дзе ў частцы другой раздзела V “Інфармацыйнае ўзаемадзеянне і статыстыка” ў артыкуле 23 “Інфармацыйнае ўзаемадзеянне ў рамках Саюза” ў 5-м пункце запісана: “Асноўныя прынцыпы інфармацыйнага ўзаемадзеяння і каардынацыі яго ажыццяўлення ў рамках Саюза, а таксама парадку стварэння і развіцця інтэграванай інфармацыйнай сістэмы вызначаюцца згодна дадатка № 3 да дадзенага Дагавора. Гэта “Працікол аб інфармацыйна-камунікацыйных тэхналогіях і інфармацыйным ўзаемадзеянні ў рамках Еўразійскага эканамічнага саюза”. Працікол складаецца з 34-х пунктаў. У 3-м пункце даецца шэраг паняццяў, якія выкарыстоўваюцца ў дакуменце, напрыклад, “інтэграваная інфармацыйная сістэма Саюза” – арганізацыйная сукупнасць тэрытарыяльна размеркаваных дзяржаўных інфармацыйных рэсурсаў і інфармацыйных сістэм Камісіі, аб’яднаных нацыянальнымі сегментамі дзяржаў-удзельніц і інтэграцыйным

сегментам Камісіі; “інфармацыйная сістэма” – сукупнасць інфармацыйных тэхналогій і тэхнічных сродкаў, якія зьябспечваюць апрацоўку інфармацыйных рэсурсаў; “інфармацыйна-камунікацыйныя тэхналогіі” – сукупнасць метадаў і сродкаў рэалізацыі інфармацыйных тэхналогій і тэлекамунікацыйных працэсаў; “інфармацыйныя тэхналогіі” – працэсы, метады пошуку, збору, назапашвання, сістэматызацыі, захавання, удакладнення, апрацоўкі, прадстаўлення, распаўсюджвання, знішчэння інфармацыі, а таксама спосабы ажыццяўлення такіх працэсаў і метадаў; “інфармацыйны рэсурс” – упарадкаваная сукупнасць дакументаў інфармацыі (базы дадзеных, іншыя масівы інфармацыі), якая змяшчаецца ў інфармацыйных сістэмах і інш.

Паколькі Беларусь з 1 студзеня 2015г. уступіла ў старшынства ў Вышэйшым Еўразійскім эканамічным саваце, Еўразійскім міжрадавым саваце і Саваце Еўразійскай эканамічнай камісіі, то перад ёй непазбежна паўстае пытанне аб выпрацоўцы стратэгіі інфармацыйнай інтэграцыі, стварэнні добра наладжанай сістэмы інфармацыйнага ўзаемадзеяння, інфармацыйна-тэхналагічным абнаўленні еўразійскай прасторы. Агульная інфармацыйная прастора фактычна існуе, паколькі Рэспублікай Беларусь ужо падпісаны пагадненні аб супрацоўніцтве ў галіне друку і інфармацыі з Казахстанам, Расіяй, Кыргызстанам, Таджыкістанам, Арменіяй, аднак яе трэба ўдасканаліваць.

Для паспяховага развіцця нацыянальных сегментаў міжнароднай журналістыкі неабходна наяўнасць высокакваліфікаваных журналісцкіх кадраў у краінах-удзельніцах ЕАЭС. У Беларусі падрыхтоўку журналістаў-міжнароднікаў ажыццяўляе кафедра замежнай журналістыкі і літаратуры Інстытута журналістыкі БДУ. У Дагаворы аб утварэнні ЕАЭС ёсць палажэнні аб прызнанні дыпламаў грамадзян краін-удзельніц і свабодным працаўладкаванні ў межах Саюза. Гэта павялічвае магчымасці выбару месца працы нашых выпускнікоў. Думаецца, што у хуткім часе значна пашырацца сувязі супрацоўніцтва краін-членаў ЕАЭС у галіне адукацыі, у прыватнасці, у падрыхтоўцы журналісцкіх кадраў, з’явіцца пагадненні аб узаемным абмене студэнтамі, выкладчыкамі, узмацніцца супрацоўніцтва ў галіне навуковых даследаванняў, у тым ліку па журналістыцы.

Калектыву кафедры замежнай журналістыкі і літаратуры зараз выконвае навукова-даследчую тэму “Трансфармацыя журналістыкі СНД на этапе ўзаемадзеяння Еўразійскага эканамічнага і Еўрапейскага саюзаў ва ўмовах глабалізацыі сусветнай інфармацыйнай і камунікацыйнай прасторы”. Выбар тэмы даследавання абумоўлены сучаснымі рэаліямі, яго вынікі маюць практычнае значэнне. Першы этап

даследавання – “СНД: фарміраванне адзінай інфармацыйнай прасторы і медыя”. Тут раскрываецца роля Рэспублікі Беларусь, якая ў свой час выступіла “ініцыятарам распрацоўкі канцэптуальных падыходаў і асноўных напрамкаў супрацоўніцтва па фарміраванні інфармацыйнай прасторы дзяржаў-удзельніц Садружнасці Незалежных Дзяржаў” [2, с.4].

На другім этапе даследавання – “Мытны Саюз: супрацоўніцтва рэгіёнаў і медыя” – сістэматызаваны эмпірычныя дадзеныя па фарміраванні адзінай медыйна-інфармацыйнай прасторы рэгіёнаў краін Мытнага саюза, выяўлены і абагульнены інфармацыйна-інтэграцыйныя магчымасці журналістаў-міжнароднікаў Беларусі, Казахстана, Расіі. Навуковыя распрацоўкі супрацоўнікаў кафедры замежнай журналістыкі і літаратуры ўяўляюць сабой арыгінальныя аўтарскія мадэлі забеспячэння ўзаемадзеяння медыя рэгіёнаў Мытнага саюза з мэтай распаўсюджвання ідэй інтэграцыйнага будаўніцтва на постсавецкай прасторы. Прапанаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні механізмаў прыярытэтных напрамкаў і форм супрацоўніцтва. У прыватнасці, увага сфакусавана на неабходнасці каардынацыі намаганняў прадстаўнікоў медыйнай сферы краін, якія ўваходзяць у Мытны саюз, на пошуку інавацыйных рашэнняў па фарміраванні адзінай інфармацыйнай і камунікацыйнай прасторы Беларусі, Казахстана і Расіі, эфектыўнасць якіх залежыць ад прадуманай інавацыйнай стратэгіі, ажыццяўляемай як на ўзроўні міждзяржаўнага і міжрэгіянальнага ўзаемадзеяння, так і на ўзроўні канкрэтных медыя. Адпраўной кропкай у дадзенай частцы даследавання з’яўляецца разуменне таго, што супрацоўніцтва рэгіёнаў названых вышэй краін у трохбаковым фармаце знаходзіцца яшчэ на першапачатковым этапе развіцця. І каб атрымаць рэальны эффект ад правядзення рэгіянальнай інтэграцыйнай палітыкі, неабходна поўнамаштабнае падключэнне да гэтага працэсу прадстаўнікоў медыйнай сферы рэгіёнаў Беларусі, Казахстана і Расіі. Улічваючы рэалізацыю чарговага этапа інтэграцыі – утварэнне ЕАЭС – мяркуецца далучэнне яшчэ і Арменіі, Кыргызстана.

Немагчыма перацаніць ролю міжнародных навукова-практычных канферэнцый ў развіцці міжнароднай журналістыкі. З 2012г. на базе кафедры замежнай журналістыкі і літаратуры Інстытута журналістыкі БДУ штогод праводзяцца такія медыяфорумы. Геаграфія ўдзельнікаў і тэматычны даязон канферэнцый пашыраецца. Значная колькасць дакладаў, дасланых на 4-ю навукова-практычную канферэнцыю “Міжнародная журналістыка–2015: фарміраванне інфармацыйнай прасторы партнёрства ад Уладзівастока да Лісабона і медыя”, прысвечаны тэме Еўразійскага эканамічнага саюза.

У 2014г. дацэнты кафедры замежнай журналістыкі і літаратуры Б. Л. Залескі і М. А. Валькоўскі ажыццявілі чарговы інфармацыйна-інтэграцыйны праект “Еўразійскі эканамічны саюз: рэгіянальны аспект”. Пад такой назвай выйшла асобнае выданне матэрыялаў, апублікаваных на старонках беларускай прэсы, асноўным зместам якіх паслужылі развагі глаў рэгіёнаў Расіі, Казахстана, Беларусі па найбольш важных пытаннях развіцця трохбаковага расійска-беларуска-казахстанскага рэгіянальнага ўзаемадзення ў рамках фарміруемага на той час Еўразійскага эканамічнага саюза. Выйшаў з друку вучэбна-метадычны дапаможнік “Белорусская международная журналистика: особенности, тенденции, перспективы” (Мінск: БДУ, 2014), падрыхтаваны Б.Л. Залескім, для студэнтаў спецыяльнасці 1-23 01 09 “Журналістыка міжнародная”.

Кафедра замежнай журналістыкі і літаратуры рыхтуе кадры вышэйшай кваліфікацыі. Зараз у нас навучаецца пяць магістрантаў (два беларускія і тры замежныя), чатыры аспіранты (два беларускія і два замежныя), адзін суіскальнік. Абмеркавана і падрыхтавана да абароны дысертацыя М. А. Валькоўскага “СМІ ў кантэксце стратэгічнага партнёрства Беларусі і Кітая” на суісканне вучонай ступені кандыдата філалагічных навук па спецыяльнасці 10.01.10 – журналістыка.

Функцыянаванне ЕАЭС напоўніць кантэнт міжнароднай журналістыкі новым зместам. Сродкі масавай інфармацыі Беларусі, Расіі, Казахстана, Арменіі, Кыргызстана павінны забяспечваць насельніцтва аб’ектыўнай інфармацыяй пра розныя аспекты інтэграцыі, ствараць пазытыўны імідж ЕАЭС у супрацьлегласць заходнім СМІ, якія падаюць яго пераважна ў негатыўным плане. Павысіцца попыт на аналітычную інфармацыю, якая дасць магчымасць адпаведным структурам рабіць прагнозы, даваць ацэнкі, прымаць важныя рашэнні. Задача журналістаў-міжнароднікаў краін-удзельніц Саюза станю́ча ўздзейнічаць на грамадскую думку жыхароў сваіх дзяржаў з мэтай іх кансалідацыі.

У друкаваных сродках масавай інфармацыі Рэспублікі Беларусь на працягу студзеня 2015г. апублікаваны шэраг матэрыялаў, прысвечаных ЕАЭС. 3 студзеня газета “Рэспубліка” ў рубрыцы “Точка зрэння” пад назвай “Все плюсы общего пространства” апублікавала інтэрв’ю члена калегіі (Міністра) па эканоміцы і фінансавай палітыцы Еўразійскай эканамічнай камісіі Цімура Сулейманова. 14 студзеня “Звязда” змясціла матэрыял БЕЛТА “Ініцыятыва канкрэтных крокаў”. У газеце “Союз Беларусь-Россия” (дадатак да “СБ. Беларусь сегодня”) 22 студзеня апублікаваны матэрыял Ліліі Хлыстун “Сделано в ЕАЭС”. Аналітычны артыкул “Потенциал мощной энергии” Сяргея Сідорскага, члена Камісіі

(Міністра) па прамысловасці і аграпрамысловаму комплексу Еўразійскай эканамічнай камісіі, доктара эканамічных навук, надрукаваны 23 студзеня ў “СБ. Беларусь сегодня”.

Асаблівай увагі заслугоўвае дадатак да газеты “Звезда” “Союз – Евразия” для чытачоў Арменіі, Беларусі, Кыргызстана, Расіі (пачаў выдавацца з 26 красавіка 2014г.), матэрыялы якога ўсебакова асвятляюць пытанні, звязаныя з ЕАЭС. У № 1 ад 13 студзеня 2015г. ўвайшлі публікацыі журналістаў краін-удзельніц новага інтэграцыйнага аб’яднання. Гэта матэрыялы Уладзіміра Кулецкага “Союз в действии” Ірыны Абрсян “Естественный прирост”, Ірыны Крыжэвіч “Российский «Квант» на страже”, Замангуль Акунавай “Кыргызстан. 5 месяцев до ЕАЭС”. Цэнтральнае месца ў нумары займае публікацыя “Начало большой работы”, змешчаная ў рубрыцы “Дискуссионная площадка”. Тут асвятляецца праца медыясемінара, арганізаванага кафедрай замежных адносін Акадэміі кіравання пры Прэзідэнце РБ сумесна з праектам “Союз – Евразия”. Пад загалоўкам “Сложные условия для старта” у нумары змешчаны таксама каментарый заходніх СМІ пра пачатак дзейнасці ЕАЭС.

Узаемадзеянне нацыянальных сегментаў міжнароднай журналістыкі Беларусі, Расіі, Казахстана, Арменіі, Кыргызстана дапаможа паспяховаму станаўленню Еўрапейскага эканамічнага саюза як самастойнага цэнтра ўстойлівага эканамічнага развіцця.

#### *Літаратура*

1. “Все плюсы общего пространства” // “Рэспубліка”. – 2015. – 3 студз.
2. Концептуальные подходы и основные направления сотрудничества по формированию информационного пространства государств-участниц Содружества Независимых Государств / Коротченя И.М. [и др.]. – Минск: Ин-т информации и прогноза при Администрации Президента Республики Беларусь, 1995.

**Дмитрий Дроздов**

*Белорусский государственный университет*

## **ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКИ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ МЕНЕДЖМЕНТА СМІ**

Глобальный финансовый и экономический кризис 2008 года, последствия которого в полной мере не преодолены и до настоящего времени, стал своеобразным моментом истины для выявления истинной эффективности функционирования как существующих в мире социально-экономических моделей конкретных стран, так и для отдельных сфер

общественной жизнедеятельности. Можно констатировать, что система средств массовой информации оказалась в числе тех немногих отраслей, которые в наименьшей степени пострадали от проявлений кризиса. Это объясняется целым комплексом объективных причин, среди которых следует отметить специфическую природу духовного производства, особенности внешней среды информационного общества, а также использование эффективных технологий менеджмента СМИ.

Формирование в Республике Беларусь, которая органично интегрирована в мировую социально-экономическую инфраструктуру, полноценного информационного рынка, включение национальных СМИ в процессы экономического развития страны требует наличия в штатах редакций квалифицированных специалистов, способных взять на себя организацию оптимального материально-технического снабжения, привлечения максимального количества рекламодателей и талантливых сотрудников, налаживания эффективных отношений в коллективе, научно обоснованного изучения аудитории и проведения маркетинговых исследований рынка информации.

Стратегическими направлениями государственной политики нашей страны стали внедрение инновационных технологий, прогрессивных приемов и методов ведения экономической деятельности всеми субъектами хозяйствования, экономия бюджетных средств и различных видов ресурсов, что должно позволить нашему государству выйти на один уровень развития с ведущими странами мира. В то же время руководители отечественных СМИ на деловых встречах и научно-практических конференциях постоянно говорят о нехватке специалистов, способных успешно решать управленческие проблемы деятельности редакций. В условиях ужесточения конкурентной борьбы на рынке массовой информации и глобализации информационного пространства белорусские СМИ нуждаются в обновлении стратегии и тактики своей экономической деятельности. Современные вызовы в сфере экономики и массовой коммуникации требуют адекватных изменений в образовательном процессе. Именно с целью подготовки специалистов такого профиля в 2010г на факультете журналистики Института журналистики БГУ и было открыто обучение студентов направления специальности «Журналистика (менеджмент средств массовой информации).

При составлении образовательного стандарта, типового и учебного планов, программ учебных дисциплин, в первую очередь, учитывались особенности национальной системы подготовки журналистов, актуальные потребности системы СМИ Республики Беларусь, стратегические интересы нашего государства. При этом был изучен международный опыт в данной сфере высшего образования, поскольку подготовка ме-

неджеров в сфере массовой коммуникации в некоторых странах Европы и Северной Америки началась уже в 1980-е годы. Традиционная западная модель состоит из триады: университеты (3 года обучения), школы журналистики (2 года обучения) и курсы (до 1 года обучения). Очевидно, что в случае с менеджментом СМИ краткосрочные курсы не могут быть признаны эффективными, а вот на втором и первом уровнях в условиях рыночной экономики в этой сфере достаточно широко представлены, кроме школ журналистики, школы управления и бизнеса.

Рассмотрим особенности учебного плана программы медиаменеджмента Школы менеджмента Северо-Западного университета (Чикаго, США). Основными направлениями изучения здесь заявляются изменения современных медиа, отличия медиапредприятий, их продуктов и услуг от предприятий материального производства, характеристики эффективного медиаконтента и условия его создания, брендинг и маркетинг медиапродуктов, стратегический менеджмент медиа и его отличия от традиционных подходов. Программа предназначена для студентов, которые имеют опыт работы в СМИ и желают заняться управлением медиаорганизаций, не имеют такого опыта, но хотят приобрести необходимые знания и навыки для работы в журналистике, подготовить себя к роли лидеров в области консалтинга, финансов в условиях современного информационного общества.

Анализ программы обучения показывает, что в ней преобладают финансовый, экономический и управленческие блоки дисциплин, причем их перечень достаточно обширен и актуален. Например, финансовый блок представлен такими дисциплинами, как «Бухгалтерский учет для принятия решений», «Управленческий учет», «Стратегическое управление доходностью», «Финансовое планирование слияний и поглощений», «Управление отчетностью в области устойчивого развития и анализа», «Финансовый анализ стратегического маркетинга». По нашему мнению, менеджер СМИ, безусловно, должен разбираться в финансовых вопросах, однако вряд ли ему целесообразно знать их в таких узких аспектах, ведь для этого в редакциях есть специальные работники и отделы.

С другой стороны, стратегический менеджмент медиа в условиях успешной экономической деятельности предполагает эффективные вложения полученной прибыли, поэтому обоснованным следует признать включение в программу обучения дисциплин «Финансы и инвестиции», «Анализ ценных бумаг», «Тематические исследования в сфере инвестиций», «Рынки производных финансовых инструментов». Органичным дополнением служат учебные дисциплины, в которых раскрываются существенные аспекты законодательства и принятия управлен-

ческих решений: «Бизнес-право», «Вопросы в сфере антимонопольного законодательства», «Бизнес, закон и контракты», «Принятие решений и моделирование», «Теория игр и принятие стратегических решений». Другие дисциплины посвящены изучению международных бизнес-стратегий, успешному предпринимательству, внедрению инноваций, лидерству, маркетингу, управлению персоналом. Большое количество учебных часов уделяется самостоятельной работе студентов как одному из показателей эффективности обучения.

Безусловно, сильная экономическая составляющая подготовки менеджеров СМИ является чрезвычайно важной, о чем свидетельствует хотя бы факт покупки канадской медиакорпорацией Thomson в апреле 2008 года крупнейшего британского информационного агентства Рейтер (ReutersGroupplc). Однако следует отметить полное отсутствие специальных дисциплин, в которых бы раскрывались характеристики эффективного медиаконтента и условия его создания, особенности деятельности различных медиапредприятий на современном рынке.

Примером несколько иного, более гуманитарного подхода к подготовке менеджеров СМИ может быть программа Школы изучения медиа (School of Media Studies), Новой школы социального взаимодействия (The New School for Public Engagement) (Нью-Йорк, США). В нее наряду с экономическими дисциплинами: «Экономика СМИ», «Перспективная цифровая медиаиндустрия», «Медиаменеджмент и лидерство», «Информационные технологии», «Конкурентные стратегии и брэндинг» включены специальные и общепрофессиональные: «Этика СМИ», «Дизайн медиа», «Социальные медиа: дизайн и управление», «Социальные медиа: контент, коммуникация и культура», «Кинопрокат и новые медиа», «Интеллектуальная собственность в цифровую эпоху», «Музыкальный бизнес в СМИ», «Креативный менеджмент в искусстве». Значительное место в учебной программе отведено прохождению практики в средствах массовой информации, что способствует закреплению теоретических знаний, приобретению необходимых навыков и умений.

Своеобразным феноменом является деятельность Центра медиаменеджмента и трансформации Международной бизнес-школы Университета Йонкопинга, который является научно-образовательным центром со штаб-квартирой в Швеции и филиалами в Азии и Латинской Америке. Здесь исследуют новейшие экономические и технические разработки, изменения в политике, процессах глобализации и трансформации медиаиндустрии, современные способы использования аудиторией и рекламодателями мультимедиа и коммуникационных систем. За 25 лет своего существования по программе второй ступени высшего образования Центр подготовил более 400 медиа-менеджеров, продюсеров, жур-

налистов и менеджеров мультимедийных проектов. В основе обучения лежат профессионально-ориентированные программы в конкретных областях управления, предназначенные для магистров, желающих специализироваться на конкретных СМИ и сделать карьеру. Таким образом, преподаватели удовлетворяют корпоративный спрос на высококвалифицированных менеджеров, чтобы в конечном итоге помочь руководителям медиафирм повысить конкурентоспособность и устойчивость их средств массовой информации в динамичной конкурентной внешней среде. Основными учебными дисциплинами программы обучения здесь являются «Экономика предприятия», «Стратегический менеджмент», «Организационное поведение», «Предпринимательство», «Управление знаниями», «Менеджмент издательского дела, радиовещания и новых медиа», «Менеджмент контента».

О том, что в западной модели подготовки менеджеров СМИ преобладает именно экономическая составляющая, свидетельствует и анализ учебных программ школ журналистики в западноевропейских странах. Например, студенты факультета медиаменеджмента Гамбургской медиашколы (ФРГ) изучают преимущественно общий бизнес, администрирование, менеджмент, специфику медиабизнеса и медиапроизводства, мониторинг и ценности внешней среды, новейшие средства массовой информации, а специальные журналистские дисциплины занимают около 20% от общего количества.

Об успешном развитии данного направления профессионального образования свидетельствует факт основания в 2003 году Европейской ассоциации менеджмента СМИ (European Media Management Association). Это – международная некоммерческая организация, которая создана для координации и стимулирования взаимодействия создателей курсов и программ по медиаменеджменту в высших учебных заведениях всей Европы. Она стремится обеспечить диалог исследователей медиа-менеджмента и экономики, обмен ими информацией и документами о своей работе.

ЕММА предусматривает два типа членства. Индивидуальные члены – это лица, работающие в СМИ, а также в сфере высшего образования и научных исследований. Институциональными членами могут быть факультеты, институты или научные учреждения, занимающиеся подготовкой творческих работников для сферы массовой коммуникации, медиакомпаний и организации, которые расположены в Европе. Ассоциация выпускает три издания: «Журнал менеджмента медиа», «Журнал изучения медиабизнеса» и «Журнал медиаэкономики».

Можно однозначно утверждать, что подготовка специалистов в сфере менеджмента средств массовой информации сегодня является актуальным

направлением в системе мирового высшего образования, а в моделях этого обучения преобладает экономическая составляющая. Данная тенденция пока еще не получила распространение в вузах постсоветских стран, где традиционно превалирует гуманитарная, а точнее – филологическая составляющая. Изучение международного опыта в данной сфере, научно-педагогическое взаимодействие с зарубежными коллегами станет фактором оптимизации отечественной модели подготовки менеджеров СМИ, что будет способствовать повышению эффективности функционирования национальной системы массовой коммуникации в целом.

#### *Литература*

1. Electronic resource. Mode of access: <http://www.kellogg.northwestern.edu/departments/media/major.aspx>. – Date of access: 09.01.2015.
2. Electronic resource. Mode of access: <http://www.newschool.edu/public-engagement/ms-media-management-degree-requirements/>. – Date of access: 09.01.2015.
3. Electronic resource. Mode of access: <http://hj.se/jibs/en/research/centers-and-institutes/mmt-centre.html>. – Date of access: 09.01.2015.
4. Electronic resource. Mode of access: [http://www.hamburgmediaschool.com/fileadmin/user\\_upload/Dateien/](http://www.hamburgmediaschool.com/fileadmin/user_upload/Dateien/). – Date of access: 09.01.2015.
5. Electronic resource. Mode of access: <http://www.media-management.eu/>. – Date of access: 09.01.2015.

**Валентина Дубовец**

*Белорусский государственный университет*

## **АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОСВЕЩЕНИЯ В СМИ СОТРУДНИЧЕСТВА БЕЛАРУСИ СО СТРАНАМИ БЛИЖНЕГО ВОСТОКА**

Сегодня СМИ предлагают своей аудитории стать свидетелями истории многих стран, в которых, возможно, их читатель никогда не побывает. Медиа часто сигнализируют о проблемах, представляют варианты разрешения трудностей, военных конфликтов, цитируя политиков и экспертов. Эти и другие функции средств массовой информации можно перенести на освещение сотрудничества Беларуси и стран Ближнего Востока. Каким же образом это взаимодействие сторон освещают белорусские СМИ? На что обращают внимание журналисты-международники? И какие материалы могли бы появиться в прессе? Рассмотрим в этой связи основные направления сотрудничества

Беларуси с тремя государствами Ближнего Востока, отношения с которыми развиваются весьма стремительно: с Израилем, Объединенными Арабскими Эмиратами и Катаром.

Израиль является одним из важнейших партнеров Беларуси в регионе. Тесное взаимодействие между странами обусловлено тем фактором, что многие граждане Израиля являются выходцами из Беларуси: экс-президенты Израиля Хаим Вайцман, Залман Шазар, Шимон Перес, премьер-министры Менахем Бегин, Ицхак Шамир. Сегодня в Израиле проживает около 120 тысяч выходцев из Беларуси, а в Беларуси – около 30 тысяч евреев [1] Белорусская община в Израиле — одна из весьма влиятельных, что создает дополнительные возможности для налаживания сотрудничества не только в сфере культуры, но в экономике и науке.

Одним из важнейших событий последних лет стало подписание 19 сентября 2014 года Соглашения между Правительством Республики Беларусь и Правительством Государства Израиль об отмене виз для владельцев национальных паспортов. Оно предоставляет возможность гражданам двух государств въезжать на территорию и выезжать с территории государства другой стороны без виз и пребывать на территории одной из стран не более 90 суток в течение шести месяцев [2]. Беларусь и Израиль развивают отношения и на межрегиональном уровне: партнерами являются Витебск и Ришон-ле Цион, Глубокое и Кирьят Бялик. Побратимские связи установили города Гродно и Ашкелон, Брест и Ашдо.

В течение последних 5 лет товарооборот между странами колебался от 61 до 110 миллионов долларов. В 2013 году он составил 110,5 млн. долларов. Основу белорусского экспорта в Израиль составляет металлопродукция, нефтепродукты, молоко и сливки сгущенные, формы для литья, мороженое, готовая и консервированная рыба, сахар, рапсовое масло, шоколад, продукция легкой промышленности. Из Израиля в Беларусь импортируют фармацевтические и лекарственные препараты, продукты питания, фрукты и соки, инсектициды и гербициды, технологическое оборудование для сельского хозяйства. Активнее с каждым годом развивается и экспорт услуг. В 2013 его объем составил 20 миллионов долларов, а в январе-мае 2014 года увеличился на 80 процентов. Основная его часть связана с информационными технологиями.

Израиль активно инвестирует в развитие сельского хозяйства Беларуси. В 2013 году объем инвестиций составил более 200 миллионов долларов. Средства были направлены на модернизацию птицефабрик в Минске и в Дзержинском районе [3]. Однако самым крупным

совместным проектом станет Белорусско-израильский агропромышленный парк, который планируется построить на территории Витебской области. В парке также будет создан независимый сертификационный центр, который поможет продукции выйти на рынок Европейского союза и других стран. Израильская сторона считает, что этот проект может привлечь до 2,5 миллиардов долларов инвестиций. В нем будет производиться экологически безопасная продукция, а также биологически активный мед для поставок в Израиль. Еще одним важным направлением, которое получит свое развитие не только в рамках этого проекта, но и в целом на территории Беларуси, является комбикормовая промышленность с использованием технологии пропаривания. Также Израиль заинтересован развивать в Беларуси биотехнологии для животноводства и переработки молока, производства овощей, рыболовства [4]. Есть проектные предложения по сотрудничеству у Национальной академии наук Беларуси – по очистке воды, озеленению пустынь, переработке старых шин, изготовлению топлива из сельскохозяйственных культур [5].

В некоторых внешнеполитических вопросах Беларусь и Израиль занимают разные позиции, но это не является препятствием для сотрудничества. Это означает, что в дальнейшем отношения будут развиваться, создавая новые информационные поводы для материалов белорусских СМИ.

Объединенные Арабские Эмираты являются одним из основных торговых партнеров Беларуси среди арабских стран Персидского залива. В конце октября 2014 года страну посетил глава белорусского государства. Важным итогом визита стало заключение договоренностей об активизации сотрудничества в сельском хозяйстве, промышленности, образовании, военно-техническом сотрудничестве, создании совместных предприятий. Тогда же была поставлена цель: увеличить товарооборот между странами до 500 миллионов долларов уже в 2015 году. И в декабре 2014 года Беларусь уже посетили члены инвестиционных и исследовательских компаний ОАЭ. В белорусском Министерстве сельского хозяйства и продовольствия состоялось обсуждение вопросов расширения двустороннего сотрудничества в торгово-экономической сфере. Особое внимание было уделено привлечению инвестиций в сельскохозяйственный сектор страны [6]. Пока главные статьи белорусского экспорта в ОАЭ – части для автомобилей и тракторов, табачные изделия, синтетические волокна, двигатели и силовые установки, калийные удобрения, подшипники, прицепы и полуприцепы. Товарооборот между странами в 2013 году достиг 50 миллионов долларов. По состоянию на

2013 год в Беларуси было зарегистрировано 14 организаций с участием эмиратского капитала и привлечено инвестиций из ОАЭ на сумму 54 млн. долларов, что в два раза превышает показатель 2012 года [7]. Увеличить белорусский объем экспорта планируется за счет поставки продуктов питания – молокопереработки, овощей, мясных и колбасных изделий. Некоторые белорусские предприятия мясоперерабатывающей отрасли проходят сертификацию по исламским стандартам халяль, которые позволят работать практически на всем регионе Ближнего Востока и исламского мира.

После долгого перерыва возобновлены поставки в ОАЭ грузовых автомобилей МАЗ и начаты поставки белорусской шинной продукции. Как отметил белорусский посол в ОАЭ Р. Головченко, несмотря на то, что объемы экспорта в физическом исчислении невелики, для белорусских предприятий – это большое достижение, т. к. рынок ОАЭ отличается высокой конкуренцией, в нем присутствуют практически все мировые производители за счет благоприятной деловой среды, отсутствия мер тарифной защиты рынка [8]. В 2014 году достигнута договоренность о создании в ОАЭ дилерского центра продукции ОАО «МАЗ», включая станцию технического обслуживания, склада запасных частей и постоянно действующей выставки автотехники. Проведены переговоры с эмиратским инвестором, заинтересованным в создании производственно-промышленного кластера на территории индустриального парка «Великий камень» (с оценочным объемом инвестиций в 170 млн долларов). Определены также условия привлечения средств Фонда развития Абу-Даби для реализации в Беларуси долгосрочных инфраструктурных проектов. Белорусские организации, которые занимаются исследованиями космического пространства, провели переговоры с Эмиратским институтом науки и технологий и Космическим агентством ОАЭ по налаживанию сотрудничества в области космических исследований. Кроме того, согласованы мероприятия по подготовке и проведению в Абу-Даби совместного Белорусско-эмиратского научного симпозиума и выставки научно-технического потенциала Беларуси [6].

Катар – это страна, где в 2014 году открылось белорусское посольство. Большую роль в развитии сотрудничества с ним сыграл официальный визит Президента Беларуси в 2011 году, в ходе которого обсуждались направления взаимодействия. Развитие экономического сотрудничества с Катаром наиболее перспективно в инвестиционном направлении, а также в сфере экспорта услуг, который в 2011 году достиг объема в 2,5 миллиона долларов. Отметим, что в Минске идет строительство многофункционального комплекса «Сокол», инвестором которого является фонд Вооруженных сил Катара. Ряд белорусских инвестици-

онных предложений передан на рассмотрение Катарскому инвестиционному агентству, компаниям «Катар Холдинг», «Катари Диар», «Барва Реал Естейт», «Хассад Фуд». Катар также высказывал заинтересованность во вложении инвестиций в сферу добычи минеральных удобрений и железной руды. [9]

Не менее перспективным является увеличение товарооборота между странами за счет белорусского экспорта. Существенные результаты уже были достигнуты в 2014 году. Так, товарооборот между Беларусью и Катаром в январе-сентябре 2014г. составил 10,9 млн. долларов (рост в 5,6 раза к аналогичному периоду 2013г.). Важную роль в этом сыграл Белорусско-катарский комитет по экономическому, торговому и техническому сотрудничеству. Беларусь готова реализовывать проекты в области производства сахара и коммерческие предложения на поставку продуктов питания в Катар и третьи страны, а также инвестиционные проекты в сфере рыбного хозяйства и производства мяса птицы, сфере строительства биогазовых установок, осуществлять поставку в Катар продукцию белорусских промышленных предприятий [10]. Предприняты шаги и по развитию межрегионального взаимодействия. В октябре 2010 года подписано соглашение об установлении побратимских связей между Могилевом и Аль-Райаном. Документ предусматривает обмен опытом и информацией в различных сферах: строительстве, образовании, здравоохранении, благоустройстве городов [11].

А сейчас посмотрим, как же освещалось сотрудничество Беларуси с этими странами в 2014 году республиканскими СМИ? Наиболее полную картину предоставляло Белорусское телеграфное агентство. Оно опубликовало 49 материалов о белорусско-израильском сотрудничестве. Большая часть публикаций информационного характера посвящена соглашению между странами об отмене виз. Кроме того, журналисты агентства анализировали возможности экономического взаимодействия с Израилем в формате Таможенного союза, рассказывали о сотрудничестве в аграрной сфере, сообщали о проведении совместных культурных мероприятий. Например, о мероприятиях, приуроченных к 140-летию со дня рождения Хаима Вейсмана и прошедших на родине первого президента Израиля в агрогородке Мотоль Ивановского района Брестской области). Активно обсуждаемый в 2013-м году проект создания Белорусско-израильского агропромышленного парка в 2014 году оказался практически «за бортом» информационного поля — одна новость за 2014 год на сайте БелТА и ни одного материала в республиканских газетах о реализации проекта.

Что касается сотрудничества с ОАЭ, то в течение всего 2014 года на сайте БелТА опубликовано 26 материалов на эту тему. В основном

речь в них шла о визите белорусского лидера в эту страну, а также об укреплении инвестиционного сотрудничества, увеличении товарооборота. Следует отметить комментарий В. Матвеева «История прорыва: ОАЭ и Беларусь становятся ближе», в котором подробно проанализированы двусторонние отношения, сделаны прогнозы на будущее [12]. Газета «СБ – Беларусь сегодня» ограничилась информационными заметками о визите в белорусского лидера в ОАЭ, а также публикацией поздравления Президента Беларуси лидеру Объединенных Арабских Эмиратов шейху Халифу бен Зайда аль-Нахайяну и народу этой страны с национальным праздником - Днем образования федерации [13].

О сотрудничестве с Катаром БелТА подготовила 7 публикаций, а «СБ - Беларусь сегодня» в 2014 году опубликовала только поздравление с Национальным днем, адресованное Эмиру Государства Катар шейху Тамиму бен Хамаду аль-Тани. Иными словами, в республиканских печатных СМИ тема сотрудничества Беларуси со странами Ближнего Востока освещается с не малыми изъятиями. Основной жанр материалов — информационная заметка. В итоге аудитория изданий не получает достаточного объема информации о взаимодействии стран, о проектах и перспективах. Представленная выше краткая информация о сотрудничестве Беларуси всего с тремя странами этого региона, в свою очередь, свидетельствует о том, что тем для материалов предостаточно.

#### *Литература*

1. Двусторонние политические отношения [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: [http://israel.mfa.gov.by/ru/bilateral\\_relations](http://israel.mfa.gov.by/ru/bilateral_relations). – Дата доступа: 03.01.2015.
2. Гришкевич, А. Беларусь и Израиль заключили межправительственное соглашение об отмене виз / А. Гришкевич // [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: [http://www.belta.by/ru/all\\_news/politics/Belarus-i-Izrail-zakljuchili-mezhpravitelstvennoe-soglashene-ob-otmene-viz\\_i\\_680760.html](http://www.belta.by/ru/all_news/politics/Belarus-i-Izrail-zakljuchili-mezhpravitelstvennoe-soglashene-ob-otmene-viz_i_680760.html). – Дата доступа: 30.12.2014.
3. Торгово-экономическое сотрудничество между Республикой Беларусь и Государством Израиль [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: [http://israel.mfa.gov.by/ru/bilateral\\_relations/trade\\_economic](http://israel.mfa.gov.by/ru/bilateral_relations/trade_economic). – Дата доступа: 03.01.2015.
4. Тихонова, А. Белорусско-израильский агропромышленный парк уже в ближайшее время может привлечь около \$2,5 млрд. инвестиций / А. Тихонова // [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: [http://www.belta.by/ru/all\\_news/economics/Belorusko-izrailskij-agropromyshlennyj-park-uzhe-v-blizhajshee-vremja-mozhet-privlech-okolo-25-mlrd-investitsij\\_i\\_648640.html](http://www.belta.by/ru/all_news/economics/Belorusko-izrailskij-agropromyshlennyj-park-uzhe-v-blizhajshee-vremja-mozhet-privlech-okolo-25-mlrd-investitsij_i_648640.html). – Дата доступа: 30.12.2014.
5. Сотрудничество в области науки и образования [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: [http://israel.mfa.gov.by/ru/bilateral\\_relations/scientific](http://israel.mfa.gov.by/ru/bilateral_relations/scientific). – Дата доступа: 02.01.2015.

6. Беларусь и ОАЭ намерены в разы увеличить товарооборот и развивать сотрудничество в ключевых отраслях [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: [http://www.belta.by/ru/all\\_news/president/Belarus-i-OAE-namereny-v-razy-uvlechit-tovarooborot-i-razvivat-sotrudnichestvo-v-kljuchevyh-otrasljah\\_i\\_684612.html](http://www.belta.by/ru/all_news/president/Belarus-i-OAE-namereny-v-razy-uvlechit-tovarooborot-i-razvivat-sotrudnichestvo-v-kljuchevyh-otrasljah_i_684612.html). – Дата доступа: 26.12.2014.

7. Торгово-экономическое сотрудничество [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: [http://uae.mfa.gov.by/ru/bilateral\\_relations/UAE/economy/](http://uae.mfa.gov.by/ru/bilateral_relations/UAE/economy/). – Дата доступа: 03.01.2015.

8. Полежай, Т. Беларусь предлагает ОАЭ реализовать несколько масштабных инвестпроектов / Т. Полежай // [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: [http://www.belta.by/ru/all\\_news/politics/Belarus-predlagaet-OAE-realizovat-neskolko-masshtabnyh-investproektov\\_i\\_684444.html](http://www.belta.by/ru/all_news/politics/Belarus-predlagaet-OAE-realizovat-neskolko-masshtabnyh-investproektov_i_684444.html). – Дата доступа: 26.12.2014.

9. Беларусь заинтересована в расширении сотрудничества с Катаром [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: [http://www.belta.by/ru/all\\_news/economics/Belarus-zainteresovana-v-rasshirenii-sotrudnichestva-s-Katarom\\_i\\_647397.html](http://www.belta.by/ru/all_news/economics/Belarus-zainteresovana-v-rasshirenii-sotrudnichestva-s-Katarom_i_647397.html). – Дата доступа: 26.12.2014.

10. Торгово-экономическое сотрудничество [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: [http://uae.mfa.gov.by/ru/bilateral\\_relations/Qatar/trade/](http://uae.mfa.gov.by/ru/bilateral_relations/Qatar/trade/). – Дата доступа: 26.12.2014.

11. Кулягин, С. Катарский Аль-Райан заинтересован развивать экономическое сотрудничество с Могилевом / С. Кулягин // [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: [http://www.belta.by/ru/all\\_news/regions/Katarskij-Al-Rajan-zainteresovan-razvivat-ekonomicheskoe-sotrudnichestvo-s-Mogilevom\\_i\\_673487.html](http://www.belta.by/ru/all_news/regions/Katarskij-Al-Rajan-zainteresovan-razvivat-ekonomicheskoe-sotrudnichestvo-s-Mogilevom_i_673487.html). – Дата доступа: 26.12.2014.

12. Матвеев, В. История прорыва: ОАЭ и Беларусь становятся ближе / В. Матвеев // [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: [http://www.belta.by/ru/person/comments/Vladimir-Matveev\\_i\\_515108.html](http://www.belta.by/ru/person/comments/Vladimir-Matveev_i_515108.html). – Дата доступа: 26.12.2014.

13. Рабочий визит Президента [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.sb.by/prezident-belarusi/article/rabochiy-vizit-prezidenta.html>. – Дата доступа: 26.12.2014.

**Борис Залесский**

*Белорусский государственный университет*

## **КОММУНИКАЦИОННЫЙ ИНТЕГРАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС И МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА**

В условиях растущей глобализации, под которой сегодня понимаются масштабные изменения, затрагивающие все сферы человеческой жизни – политики, экономики, культуры, международных отношений,

стремительно прогрессирует и область коммуникаций, где под влиянием научно-технического прогресса происходит информационная революция. Ее следствием стало формирование новой коммуникационной системы, которая «радикально трансформирует пространство и время, фундаментальные измерения человеческой жизни» [1] и в которой «информация приобретает суперглобальное распространение, что влияет на все сферы жизнедеятельности человека, так как безгранична всепротянутая доступность всех видов информации – газетного текста, телевизионного изображения и радиоэфирного материала в неограниченном количестве» [2, с. 377].

При этом мировой информационный поток становится самостоятельной функциональной системой, состоящей из информационных пространств всех государств, образующих глобальную сеть, действующую по одним технологическим принципам распространения информации. Под информационным пространством в данном случае мы понимаем специфический коммуникационный институт формирования общественного сознания, основным индикатором измерения эффективности которого является наполнение инфосферы современными идеями, отражающими стратегически важные проблемы жизнедеятельности общества и государства, а методологической основой его функционирования служат демократические принципы жизни общества и закономерности построения государства устойчивого развития.

К числу таких стратегически важных в плане обеспечения жизнедеятельности человеческой цивилизации сегодня относятся, прежде всего, решения глобальных проблем, которые «требуют совместных усилий защиты, принятия превентивных мер для поддержания стабильности на планете. <...> Успех в решении проблем зависит и от средств коммуникации, ибо коммуникации – нервная система любой организации» [3]. Поэтому расширение и повышение эффективности коммуникации, привлечение внимания общественности к глобальным проблемам может и должно серьезно стимулировать решения и действия на самом высоком уровне, чтобы сделать мировое сообщество жизнеспособным перед лицом современных вызовов и угроз. Из этой констатации можно сделать вывод, что наблюдаемая в последние десятилетия информационная глобализация – процесс формирования и развития единого информационного пространства под воздействием коммуникационных технологий – объективно должна носить глубоко интеграционный характер уже в силу того, что «интеграционные мировые процессы требуют культурной, межнациональной и межконфессиональной консолидации, формирования наднационального общественного сознания»

ния. В центре этого процесса стоит общественная коммуникация» [4, с. 142].

Но нельзя не заметить, что возникновение глобального информационного пространства, наряду с очевидными новыми возможностями, вызвало к жизни и немалое количество социально-политических последствий. Дело в том, что революционное по своей сути распространение информационных и коммуникационных технологий в современных условиях «предполагает осознанные усилия и консолидацию духовно продвинутой и информационно подготовленной части общества для внедрения идеологии сотрудничества и согласования целей и задач всех основных движущих сил развития» [5, с. 70]. В чисто теоретическом аспекте это утверждение может и не вызывает сомнений, но реальная практика подтверждает его далеко не всегда. Более того, можно привести десятки примеров, красноречиво иллюстрирующих вывод: процесс становления глобального информационного общества сопровождается весьма противоречивыми и трудно прогнозируемыми трансформациями на геополитическом пространстве. С одной стороны, развитие информационно-коммуникационных технологий активизирует всестороннюю интеграцию стран и народов в единое взаимоинформированное мультикультурное общество, а с другой стороны – создает предпосылки для углубления социального неравенства, экономического и цифрового “раскола” между развитыми и развивающимися странами, усиления культурной экспансии западных мировоззренческих стандартов.

И, действительно, ожидалось, что «расцвет интернета должен был привести к демонополизации информационного пространства и возродить честную доступную конкуренцию» [6]. Но реальность оказалась иной. В частности, речь идет о появлении спровоцированного глобализацией эффекта медиаимпериализма, при котором: глобальные медиа больше способствуют усилению зависимости от них, чем предоставляют возможности для экономического роста национальных средств массовой информации; новостной дисбаланс усиливает мировую мощь крупных и процветающих стран-поставщиков медиаконтента и препятствует укреплению национальной идентичности; глобальные медиапотoki ведут к культурной гомогенизации и синхронизации культур, выделяя доминирующую форму культуры, которая не имеет связи с реальной жизнью большинства людей.

Но, тем не менее, «интеграционные коммуникационные процессы – это объективный фактор в практике современных международных отношений, сила и влияние которых постепенно возрастает» [7, с. 256]. Это означает, что глобализация объективно требует от средств массовой информации освоения новых форм существования в современных усло-

виях, а также активизации их участия в самих процессах глобализации. И фактически мы уже стали свидетелями изменения парадигмы функционирования средств массовой коммуникации как социального института: «Основными элементами новой парадигмы являются увеличение числа социальных взаимодействий, изменение ролевых функций всех акторов (действующих субъектов), задействованных в функционировании прессы как социального института, изменении направленности коммуникативных потоков, рост числа масс-медиа, способных удовлетворить потребности сегментированных социальных групп» [8]. Поэтому сегодня уже невозможно представить активный процесс развития медиа без интеграционных процессов. Умело выстроенная интеграция является залогом успешности. Объясняется это тем, что в условиях происходящего сегодня построения информационного общества «информация, массовые контент- и сервис- услуги превращаются в товарный продукт, что предопределяет стратегическую и тактическую направленность функционирования не только масс-медиа, но и мирового общественного развития на новом цивилизационном витке» [9, с. 288].

Действительно, на новом цивилизационном витке, свидетелями которого мы сегодня все являемся, перемены в обществе достигают таких глубин и масштабов, что носят характер трансформации всей политико-экономической системы. При этом «трансформационные процессы отличаются от обычной социальной динамики, во-первых, большей глубиной и, во-вторых, системностью; они меняют не частные, а самые общие главнейшие характеристики, определяющие природу общества. <...> Идея социентального трансформационного пространства отражает и связывает воедино <...>: целенаправленное реформирование базовых институтов; полустихийные сдвиги в социальной структуре; слабо управляемые изменения человеческого потенциала» [10]. Это означает, что перечисленные трансформационные изменения затрагивают и все стороны функционирования средств массовой информации, представляющих собой открытую социально-экономическую систему, одной из целей которой является отражение среды, другой – воздействие на трансформационные процессы, происходящие в политической, экономической, социальной сферах, области культуры, национальных и других отношений.

В практике последнего десятилетия эти трансформации медийной сферы выразились в том, что монопольную среду традиционных масс-медиа сменила среда мультимедийная, а цифровые технологии прости мулировали значительные изменения на медийном рынке. Стал нарастать процесс сегментации массовой аудитории, усилилась конкуренция медийного бизнеса, что привело к снижению профессиональных требо-

ваний к стандартам в журналистике, ибо «конкуренция <...> имеет своими следствиями унификацию, цензуру и даже консерватизм» [11, с. 136]. Кроме того, процессы глобализации изменили параболу распространения информационного продукта, размещающегося отныне как в локальном и национальном поле, так и в глобальном информационном пространстве. Характерными признаками нынешней медиасреды стали такие понятия, как «ускорение» и «обновление», «конвергенция» и «интеграция», «информатизация», «массовизация» и «универсализация».

На этом фоне в процессе трансформации современной медиасистемы стали развиваться разнообразные социокультурные феномены и социальные группы со своими информационными интересами, потребностями и способами их удовлетворения. В частности, в системе массовой информации, наряду с ее очевидной коммерциализацией, сегодня получают свое развитие и «внерыночные» секторы – пресса для детей, молодежи, издания, пропагандирующие традиции, культуру, семейные ценности. К этому перечню следует отнести и международную журналистику, так как современное общество уже вступило в новую фазу информационного развития, для которой характерно усиленное влияние международной информации на обстановку в мире, быстрота получения, объем и качество которой становятся определяющим фактором устойчивого и эффективного функционирования социально-экономических систем. Тем более, что в наши дни эта обстановка меняется стремительно и далеко не в лучшую сторону: Девальвируется столетиями выстраиваемая шкала международных ценностей и система институтов. Кардинально пересматриваются подходы к решению международных споров и конфликтов. Мир лицом к лицу столкнулся с целым рядом совершенно новых серьезных вызовов и угроз, причем имеющих трансграничный характер.

При этом важно учитывать, что мировое информационное пространство – это не только рынок технологий, но и рынок идей, где для аудитории создается картина мира, где происходит ежедневное столкновение идеологий и культур. Как это порою выглядит на практике, подметил еще П. Бурдьё: «Видение мира вне истории, раздробленное и дробящее, парадигматически реализуется в изображении мировых событий в телевизионных новостях: чередование внешне абсурдных историй, которые в итоге невозможно отличить друг от друга, непрерывное шествие бедствующих народов по причине событий, которые, появившись на экране без всяких объяснений, исчезнут, не получив решения. <...> Этот мир с его этническими войнами, расовой ненавистью, насилием и преступлениями представляет собой враждебную среду, непо-

стижимую и полную угроз, от которой необходимо, прежде всего, укрыться и защититься» [11, с. 159].

В ситуации, когда современный мир становится все более взаимозависимым, противоречивым и неустойчивым, когда соперничество между государствами за энергоресурсы, продовольствие, рынки сбыта, воду только углубляется, когда все более сложный и многомерный характер приобретают международные отношения, на первый план выходит вопрос международной коммуникационной компетентности как условия развития нового социально-коммуникационного пространства информационного общества, так как принятие адекватных геополитических подходов в процессах глобализации с помощью журналистского участия может способствовать формированию наиболее справедливого и гуманного мирового сообщества, ибо «средства массовой информации обладают огромной силой воздействия, и чтобы преодолеть возможности манипуляции общественным мнением, помочь гражданам свободно развиваться, необходимо научить их правильно понимать принципы массовой коммуникации и организации ее работы. Это позволит более осознанно воспринимать информацию о мире, будет способствовать свободному выбору людей во время различных политических кампаний и при общении их со средствами массовой информации» [12, с. 22].

Иными словами, стремительно меняющийся окружающий мир нуждается в объяснении. И это является одной из основных задач международного сегмента национальной журналистики практически любой страны, творческий потенциал которого просто огромен: «Новости, заметки и очерки журналистов-международников остаются ядерным элементом макрокоммуникативных процессов в масс-медиа» [13, с. 391]. Но в разных странах журналисты-международники решают эту задачу по-разному. Где-то профессиональная неподготовленность журналистов-международников приводит к тому, что международное информационное пространство заполняется ими неполной, неконкретной, неэффективной информацией, воздействие которой на массовую аудиторию «способно создать атмосферу напряженности и политической нестабильности в обществе, спровоцировать социальные, национальные, религиозные конфликты, массовые беспорядки, привести к разрушительным последствиям для политического развития страны» [14]. Это тем более чревато негативными последствиями в условиях, когда в мировом информационном пространстве актуализируются крайние политические взгляды, неонацистские нацистские течения, когда в полную силу задействованы инструменты информационной войны, а слова и понятия приобретают противоположные смыслы. Это «раньше политика шла впереди информации и участь журналистов была просто освещать по-

литические события, в настоящее время информация идет впереди политики, и решения, принимаемые властью, основываются, в том числе и на информации, представленной журналистами-международниками» [15, с. 15].

В этой связи нетрудно понять, какая дополнительная ответственность ложится на представителей международного сегмента национальной журналистики. Ведь даже «одно предложение, иногда одно слово, которое неверно или неточно истолковано, может нанести урон репутации страны, урон незаслуженный и зачастую совершенно нежелательный, особенно если такая ситуация происходит перед международными переговорами или во время их проведения. Информация, передаваемая журналистом-международником, может настроить общественность против дальнейшего сотрудничества с той или иной страной» [16, с. 140–141]. Предотвратить подобное развитие событий может только глубокое знание журналистом политических, экономических, социальных особенностей развития тех стран, о которых приходится писать, уверенное владение основами геополитики, которая как наука и практика изучения всего многообразия глобальных явлений дает в руки журналистов метод разностороннего рассматривания анализа и оценки происходящих событий и процессов в глобальном пространстве, учитывая многообразие современных факторов, влияющих на состояние, ход и будущее положение мирового сообщества. К сказанному можно добавить, что именно журналисты-международники формируют сегодня эмпирическую базу нового направления геополитической науки – информационной геополитики, а также способствуют актуализации развития географии медиакоммуникаций в качестве новой академической дисциплины. Словом, налицо – возрастающая в современных условиях роль международной политической коммуникации, в процессе которой журналисты в качестве акторов системы международных отношений могут сыграть важную роль в продвижении идей создания и консолидации многополярной системы мира, воплощающей демократические и гуманные принципы существования человеческой цивилизации, а также с их помощью может быть выработано общее понимание основных общественно-политических проблем, и в перспективе возможен поиск решения этих проблем.

В этой связи встает закономерный вопрос: каким образом в эпоху цифровых коммуникаций, когда информационные потоки множатся в геометрической прогрессии, а обновление информации происходит едва ли не ежесекундно, когда деструктивное использование современных информационных технологий стало одним из серьезнейших вызовов, с которым необходимо справиться современной медиасистеме, должна

развиваться международная журналистика? В какой-то мере ответ на этот вопрос прозвучал в приветствии главы белорусского государства участникам проходившего в июне 2014 года в Минске IX Белорусского международного медиафорума “Партнерство во имя будущего: реалии глобального мира”, где отмечалось, что в условиях глобального информационного пространства особенно востребованной становится ответственная и честная журналистика, которая должна сближать государства и народы, противостоять призывам к раздору и вражде, способствовать налаживанию конструктивного диалога во имя созидания и мира. Такая журналистика «может и должна объединять в едином информационном пространстве противоречивые мнения и установки, которые, став достоянием общественности, именно на этом пространстве могут найти пути сближения или, во всяком случае, аргументы для доказательства собственной состоятельности» [17].

И определенные позитивные сдвиги в этом отношении уже наблюдаются. Так, выступая на сессии “Современные медиа: глобальные тенденции трансформации и перспективы” Петербургского международного экономического форума, проходившего в мае 2014 года, генеральный директор ИТАР-ТАСС С. Михайлов отмечал, что именно потребность в достоверной информации уже приводит к тому, что в последнее время роль традиционных СМИ, в том числе государственных, неуклонно повышается. Люди доверяют тем медийным источникам, которые не стремятся быть скандальными и сенсационными для того, чтобы выжить в конкурентной среде, а стараются соответствовать высоким стандартам точности и качества распространяемой международной информации. Поэтому «в информационной политике в ближайшем будущем доминирующим будет вопрос не скорости, а качества» [18].

В Республике Беларусь, оценивая в целом современную международную обстановку, исходят из того, что сегодня, чтобы сохранить равновесие в мире, и великие державы, и средние, и малые государства должны искать пути сосуществования и сотрудничества, а стратегия конфликтов, шантажа и угроз давно изжила себя. В полной мере это требование по развитию конструктивного международного взаимодействия распространяется и на медийную сферу, где «в условиях радикальных преобразований медиаландшафта мира журналисты-международники обязаны участвовать в этом процессе с научно обоснованной социальной ответственностью мирного коммуникабельного решения всех возникающих проблем с позиций подлинного гуманизма и демократизма» [19]. Поэтому международную коммуникационную систему в Беларуси рассматривают как важнейший общественный институт инновационного действия, способствующий выходу страны на

постиндустриальный путь развития. Объясняется это и тем, что международная коммуникация в белорусском национальном информационном пространстве занимает все большее место. И в этом заключается объективный процесс выхода независимого белорусского государства на международную арену для решения политических, экономических и международных проблем. Таким образом, в режиме реального времени через современную систему коммуникации Республика Беларусь органически входит в функциональную общественно-политическую систему мира.

Разумеется, в условиях, когда происходит эволюция информационного пространства как новой самостоятельной формы глобальной конкуренции и распространяется практика целенаправленного информационного давления извне, двигаться по этому пути не просто любому государству. И Республика Беларусь в этом смысле не исключение. Поэтому свои национальные интересы в глобальном коммуникационном пространстве здесь видят как в информационном противоборстве с теми, кто препятствует распространению белорусского национального и международного контента за рубежом, так и в равноправном участии белорусского государства в мировых информационных отношениях и преобразовании информационной индустрии в экспортно-ориентированный сектор экономики. В условиях открытости информационного пространства страны и конкуренции со стороны иностранного информационного продукта отстаивать эти национальные интересы необходимо, опираясь на инновационные подходы в международной коммуникации с использованием потенциала международной журналистики. При этом речь может идти о самых разных подходах. Возможно, это будут «новые информационные структуры, специально базирующиеся на интеграционных модулях информации и создающие такие общественные институты, которые формируют специфическое интеграционное общественное сознание» [20, с. 262]. Или новые медиамодели, включающие не только центральные средства массовой информации, но и различные коммуникационные системы новых информационных технологий, которые ведут «к возникновению общего для разных коммуникационных каналов нового содержательного интегрированного продукта, продажа которого обойдется дешевле, чем традиционной издательской или радиотелевизионной продукции» [21, с. 39].

Иными словами, в условиях, когда глобализованным миром уже начинают править молниеносное внедрение инноваций и мгновенная всеохватывающая коммуникация, постоянная модернизация становится обязательным условием развития современной медиасферы, в рамках которой особенно быстрыми темпами актуализируются

самые разнообразные аспекты международного информационного обмена, базирующегося на идеях партнерства, взаимодействия и сотрудничества. Полноценное отражение этих процессов, протекающих сегодня в коммуникационном интеграционном пространстве, и должно стать магистральным направлением развития современной международной журналистики.

#### *Литература*

1. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс // [Электронный ресурс]. – 2000. – Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/05.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/05.php). – Дата доступа: 17.12.2014.
2. Слука, О. Методология теории информации / О. Слука // Журналістыка–2009: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 11-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысв. 65-годдзю факультэта журналістыкі БДУ, 3–4 сн. 2009 г., Мінск / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк.рэд.) [і інш.]. – Вып. 11. – Мінск: БДУ, 2009. – С. 376–378.
3. Орлова, В. В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке / В. В. Орлова // [Электронный ресурс]. – 2003. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text5/70.htm>. – Дата доступа: 08.12.2014.
4. Слука, О. Белорусская система коммуникации в европейском информационном пространстве / О. Слука // Международная журналистика–2012: современное состояние и направления развития : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 17 февр. 2012 г., Минск / под общ. ред. Т. Н. Дасаевой ; сост. Б. Л. Залесский. – Минск : Изд. центр БГУ, 2012. – С. 135–143.
5. Гончаров, В. Н. Информационное общество в России: социально-политический аспект / В. Н. Гончаров // Информационно-коммуникационное пространство и человек : материалы II международной научно-практической конференции 15–16 апреля 2012 года. – Пенза – Москва – Витебск. : Научно-издательский центр “Социосфера”, 2012. – С. 68–71.
6. Маркина, Ю. В. Роль масс-медиа в достижении геополитических целей / Ю. В. Маркина // [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://human.snauka.ru/2014/06/7127>. – Дата доступа: 13.12.2014.
7. Слука, О. Коммуникация в евразийской интеграции / О. Слука // Международная журналистика–2013: глобализация и регионализация информационного пространства : материалы Второй Междунар. науч.-практ. конф., 20 февр. 2013 г., Минск / под общ. ред. Т. Н. Дасаевой ; сост. Б. Л. Залесский. – Минск : Изд. центр БГУ, 2013. – С. 246–257.
8. Зиза, Т. В. Трансформация функций медиа в современном обществе / Т. В. Зиза // [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2013/thesis/s001/s001-016.pdf>. – Дата доступа: 12.12.2014.
9. Уразова, С. А. Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. Теоретический аспект / С. А. Уразова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2011. – № 1. – С. 287–293.

10. Социальные трансформации в России в эпоху глобальных изменений: докл. акад. РАН, д-ра экон. наук Т. И. Заславской, д-ра филос. наук, декана социол. фак. ГУГН В. А. Ядова на открытии 3-го Социол. конг. 21 окт. 2008 г. [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: [http://www.isras.ru/publication\\_bank/1225398577.pdf/](http://www.isras.ru/publication_bank/1225398577.pdf/). – Дата доступа: 11.08.2014.

11. Бурдые, П. О телевидении и журналистике / П. Бурдые // пер с фр. Г. Анисимовой, Ю. Марковой ; отв. ред. , предисл. Н. Шматко. – М. : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. – 160 с.

12. Засурский, Я. Н. Медиасистемы XXI века и новая философия журналистского образования / Я. Н. Засурский // Информационное общество. – 2005. – № 1. – С. 19–22.

13. Хорольский, В. В. “Медийность” и “событийность” как категории медиаведения / В. В. Хорольский // Информационное поле современной России: практики и эффекты : Материалы X Международной научно-практической конференции, 17–19 октября 2013 г. / под ред. Р. П. Баканова. Казань : Казан. ун-т, 2013. – С. 388–394.

14. Рахно, Н. В. Средства массовой информации и коммуникации в контексте информационной безопасности современной России / Н. В. Рахно // [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/sredstvamassovoy-informatsii-i-kommunikatsii-v-kontekste-informatsionnoy-bezopasnosti-sovremennoy-rossii>. – Дата доступа: 16.12.2014.

15. Никонов, С. Б. Международная журналистика как элемент общественной дипломатии / С. Б. Никонов // 8-я Китайско-российская конференция “СМИ Китая и России в XXI веке : информационное общество и общественная коммуникация”. – Пекин, 2012. – С. 15.

16. Никонов, С. Б. Политические решения как базовая составляющая международной журналистики / С.Б. Никонов // Гуманитарный вектор. – 2010. – № 3. – С. 140–144.

17. Дзялошинский, И. М. О новом подходе к проблемам коммуникации / И. М. Дзялошинский // Медиа. Информация. Коммуникация. – 2013. – № 4. – [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://mic.org.ru/4-nomer-2012/147-o-novom-podkhode-k-problemam-kommunikatsii>. – Дата доступа: 18.12.2014.

18. Традиционные СМИ пользуются большим доверием, нежели социальные медиа – мнение экспертов [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: [http://www.belta.by/ru/all\\_news/society/Traditsionnye-SMI-polzujutsja-bolshim-doveriem-nezheli-sotsialnye-media---mnenie-ekspertov\\_i\\_670324.html](http://www.belta.by/ru/all_news/society/Traditsionnye-SMI-polzujutsja-bolshim-doveriem-nezheli-sotsialnye-media---mnenie-ekspertov_i_670324.html). – Дата доступа: 12.12.2014.

19. Землянова, Л. М. К вопросу о социальной миссии журналистов-международников в условиях глобализации электронных информационных коммуникаций / Л. М. Землянова // Медиаскоп. – 2013. – № 2. – [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/1364>. – Дата доступа: 12.12.2014.

20. Слука, О. Перспектива евразийской коммуникации / О. Слука // Международная журналистика-2014: диалог культур и взаимодействие медиа разных

стран : материалы Третьей Междунар. науч.-практ. конф., 20 февр. 2014 г., Минск / под общ. ред. Т. Н. Дасаевой ; сост. Б. Л. Залеский. – Минск : Изд. центр БГУ, 2014. – С. 258–266.

21. Медведев, В. Под знаком глобального контента / В. Медведев, И. Толстик // Беларуская думка. – 2008. – № 5. – С. 36–41.

**Наталья Зубченко**

*Белорусский государственный университет*

## **СОЮЗНОЕ ГОСУДАРСТВО БЕЛАРУСИ И РОССИИ: К ВОПРОСУ О ПЕРСПЕКТИВАХ СОТРУДНИЧЕСТВА**

Союзное государство России и Белоруссии имеет уже многолетнюю историю. Его значимость, как и заложенные в его основе принципы, успешно реализуются. Исследования политологов свидетельствуют о том, что белорусы и россияне стремятся к более высокому и более близкому уровню отношений в самых различных сферах жизнедеятельности. Это обусловлено, прежде всего, исторической близостью наших народов, тесными взаимосвязями. Несмотря на сложные политические и экономические отношения последнего времени, стремление к единению проявляется достаточно эффективно. Это в какой-то мере особый уровень интеграции, основанный не только на экономических и политических приоритетах, но и внутренне (исторически) обоснованное объединение. В этом его сила и непревзойденная ценность.

В последнее время мы становимся свидетелями налаживания тесных связей не только между Республикой Беларусь и Российской Федерацией в целом, но и между регионами. Так, только за 2014г. Республику Беларусь посетили губернаторы Амурской (февраль), Калужской (апрель), Калининградской (декабрь) областей, Хабаровского края (июль), Санкт-Петербурга (ноябрь). В июне Президент Республики Беларусь провел встречу с Председателем Совета Федерации Федерального Собрания России В. Матвиенко и главами российских регионов. 17 октября 2014г. в Минске прошла пресс-конференция Президента Республики Беларусь журналистам российских региональных СМИ. Нельзя не отметить, что подобные встречи проходят в Минске на протяжении последних 12 лет. Хорошо налаженный диалог между государствами свидетельствует о хороших перспективах дальнейшего сотрудничества.

Интеграционные процессы Союзного государства широко освещаются средствами массовой информации Российской Федерации и Республики Беларусь, реализуются в различных социальных, экономических и культурных проектах. В данном контексте в качестве примера

можно рассмотреть направления сотрудничества между Республикой Беларусь и Республикой Коми. Выбор данного региона обусловлен тем фактом, что в настоящее время белорусская диаспора в Коми – одна из самых многочисленных. Согласно переписи 2002г., там проживает 15,2 тысяч белорусов. Среди населения республики белорусы занимают пятое место после русских, коми, украинцев и татар. Последняя перепись населения в Российской Федерации выявила еще один значительный и интересный факт: на 1 тысячу человек населения Республики Коми белорусы занимают первое место по числу людей с высшим и послевузовским образованием среди представителей всех других национальностей. Таким образом, в регионе реально существуют все необходимые предпосылки для реализации интеграционных проектов Союзного государства.

Огромный вклад в реализацию связей между двумя братскими народами вносит Республиканская национально-культурная автономия «Беларусь» в Республике Коми, созданная в 1997 году. Автономия поддерживает постоянную связь с общественными и государственными организациями Республики Беларусь, организует обмен различными информационными материалами по вопросам культурной и экономической жизни, проводит мероприятия, посвященные национальным праздникам и историческим датам. Отделения автономии, кроме Сыктывкара, работают в Ухте, Сосногорске, Инте, Воркуте, Усинске, Троицко-Печерском регионе. В 2010г. создано молодежное отделение национально-культурной автономии «Беларусь».

В местной печати за последние годы вышли сотни публикаций о Беларуси и белорусах. Среди наиболее значимых можно отметить издание «Экспресс-неделя» (Деловая газета Республики Коми), газеты «Коми Му», «Красное знамя», «Йолога», «Жизнь национальностей», безусловно, газету «Голас радзімы», издающуюся в Минске. По инициативе и при поддержке Министерства национальностей Республики Коми организована радиопередача «Судьба», в которой рассказывается о судьбах людей разных национальностей. Фонд «Покаяние», созданный в 1998 году, выпустил семь фолиантов мартиролога «Покаяние». В этих книгах рассказы о судьбе 264 репрессированных белорусов.

С Беларусью Республику Коми связывают многие экономические связи. В Коми поступает большое количество техники и оборудования Минского автомобильного завода. В Минске находится ремонтная база для самолетов, которая обслуживает авиационный парк Коми. На прилавках магазинов много белорусских товаров народного потребления, поступают медикаменты. В Республику Беларусь направляются древесина, бумага, топливно-энергетические ресурсы. Из всех экспортных

поставок Республики Коми в страны СНГ на Беларусь приходится около 70%. А на главных улицах столицы Коми Сыктывкара – Советской и Коммунистической – располагаются магазины «Белорусская обувь», «МАЗ-КАМАЗ, автозапчасти». По улицам ходят автобусы с надписью «Белоруссия-Коми».

В 1999г. Сыктывкар посетил Президент Республики Беларусь А.Г. Лукашенко. Во время визита были подписаны соглашения об экономическом развитии регионов. Сложились прочные связи с Комитетом по делам религии и национальностей Республики Беларусь, Министерством образования, Министерством культуры, товариществом «Радзіма». Народный хор культурно-национальной автономии “Беларусь” “Купалінка” является постоянным участником различных музыкальных фестивалей в нашей стране.

Республику Беларусь и Республику Коми объединяют совместная история и тесное сотрудничество на пути реализации интеграционных проектов Союзного государства. В целом данный факт только подтверждает вывод, что идейное единение, этнокультурное родство единого политического пространства – это принципиальный фактор силы и процветания государств. Союзное государство предполагает гораздо более прочное и внутренне обоснованное объединение, благодаря чему и представляет особую ценность.

В настоящее время на реальное информационное обеспечение интеграционных проектов Союзного государства направлена деятельность СМИ Союзного государства: газеты: "Союзное вече", "Союз. Беларусь - Россия", "Лад"; журнал "Союзное государство"; интернет-издания: Информационно-аналитический портал Союзного государства, интернет-газета "Время Союза"; телерадиокомпания «Телерадиовещательная организация Союзного государства». Кроме того, из белорусских общественно-политических изданий, распространяемых на территории Союзного государства, можно выделить газету «Голас Радзімы», адресованную белорусам зарубежья, а также журнала «Беларусь». Он издается с 2005 года на пяти языках (белорусском, английском, испанском, немецком, польском и французском). Среди общественно-политических белорусских изданий, которые серьезно работают над реализацией интеграционной политики Союзного государства, можно выделить «Народную газету», которая выпускает приложение – газету «Союзное вече». На страницах газеты «СБ Беларусь сегодня» печатается приложение – газета "Союз", периодическое издание Совета Министров Союза Беларуси и России, а также материалы популярного российского еженедельника "Собеседник".

Именно формат Союзного государства Беларуси и России в настоящее время возрождается на новом уровне и является основой интеграционных процессов на постсоветском пространстве. Обе страны стремятся к заключению выгодных для России и Беларуси перспективных проектов по евразийской интеграции. Недавние события подтверждают этот факт. 23 декабря 2014г. Президент Республики Беларусь Александр Лукашенко совершил рабочий визит в Российскую Федерацию для участия в саммите глав государств-членов ОДКБ и в заседании Высшего Евразийского экономического совета на уровне глав государств. На заседании были подписаны документы о присоединении Кыргызстана к договору о ЕАЭС. «Потенциал стран-членов Союза велик. Сближение лишь умножает наши силы, – подчеркнул в своем выступлении Президент Беларуси. – А значит, движение, как сейчас модно говорить, на интеграционном треке должно быть продолжено. Другого пути у нас нет».

**Татьяна Иванюха**

*Запорожский национальный университет,  
Украина*

## **СОВРЕМЕННАЯ ПРАВАЗАЩИТНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: МЕЖДУНАРОДНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ**

В современном медиапространстве все активнее артикулируется проблема социально ответственной медиадеятельности. Уже начиная с середины XX в. благодаря концепциям социальной ответственности прессы Г. Люса, «физики социального организма» Н. Винера медиаисследователи и социологи (Э. Броули, Б. Дервин, Ю. Хабермас, Д. Мак'Куйл, И. Дзялошинский, С. Корконосенко, А. Москаленко, И. Фомичева, К. Шендеровский) активно изучают функции СМИ в социальном пространстве. О социальной актуальности правозащитной журналистики в современных условиях свидетельствует как интерес правозащитников к сотрудничеству со СМИ, так и стремление самих представителей масс-медиа привлечь внимание общественности к патологиям в различных сферах ее жизнедеятельности и способствовать их преодолению.

Анализ научных разработок перечисленных и некоторых иных ученых вскрывает несколько проблем, касающихся теоретического осмысления и практического воплощения правозащитной журналистики: терминологическую (сосуществование синонимических, по нашему мнению, понятий – «правозащитная», «социальная», «гражданская журна-

листика», «журналистика соучастия», «watchdog journalism»), проблемно-тематический спектр анализируемого медианаправления (следует учитывать как специфику социальных проблем постсоветских стран, так и влияние фактора глобализации), проблему жанрового определения медиапроизведений правозащитной направленности.

Цель данной статьи – выявить основные направления развития современной правозащитной журналистики, дать проблемно-тематическое и жанровое ее определение на примерах украинских и зарубежных масс-медиа. Объект исследования – социально ориентированные телепрограммы и документалистика украинских и зарубежных авторов, которые служат положительными примерами реализации правозащитной функции. Предмет исследования – концептуальные основы, специфические черты, современные тенденции, функциональные, типологические, проблемно-тематические и жанровые характеристики медиапроизведений очерченной тематики.

Украинские ученые признают, что «современное украинское общество нельзя представить без широкого спектра разнообразных, многофакторных социальных проблем. Низкое качество жизни и безработица, насилие и торговля людьми, наркозависимость и алкоголизм, беспризорность и распространение ВИЧ/СПИДа, распространение туберкулеза и угрожающее состояние психического здоровья нации – это тот «багаж», с которым наша молодая страна встретила 20-летие своей независимости. Универсальное или типичное определение социальной проблематики отсутствует» [1, с. 10]. Вынуждены признать, что сегодня к перечисленным проблемам присоединились и проблемы бедности, эксплуатация детского труда, ущемление прав льготных категорий граждан (чернобыльцы, афганцы, а также молодые мамы), проблемы беженцев, вынужденных переселенцев и жителей зоны АТО. В этом плане Украина определенно сравнялась не только с Европой и развитыми странами, но и с развивающимися странами Африки, Азии и Латинской Америки. На фоне малой активности государства в решении вышеперечисленных проблем возрастает роль общественных организаций и СМИ, которые становятся «активными соучастниками жизнедеятельности современных семей, сообществ, общин и общества в целом» [1, с. 7].

Говоря о журналистике как правозащите, И. Виртосу аргументирует такой взгляд на масс-медиа тем, что «сегодня существует необходимость создавать сеть журналистов, пишущих о правах человека. Эта идея не нова и так или иначе воплощается некоммерческими организациями. Однако такие журналисты рассеяны, нередко им не хватает живых историй, контактов экспертов, а то и знаний» [2]. В помощь социально активным украинским журналистам в последнее время вышли

пособия «Роль журналистики в поддержке и защите прав человека», пособия по журналистской адвокации и журналистских расследованиях в области прав человека. Российским правозащитникам и представителям общественных организаций в налаживании эффективного взаимодействия со СМИ поможет брошюра Е. Гришиной «Правозащитная информация NON-Stop. Опыт работы информационного центра» [3].

Активистка из Кыргызстана Д. Токбаева к проблемной сфере правозащитной журналистики относит следующие: «Не только политические вопросы, но и то, как живут простые люди: от женщин, убирающих хлопок, до лиц без определенного места жительства, имеют место быть в местных СМИ. По таким материалам очень хорошо представляется разноцветная картинка жизни всего общества – люди могут рассказать о себе больше, чем любые цифры, графики или же официальная информация» [4].

По мнению большинства экспертов, социальная ответственность медиа должна проявляться в предоставлении качественной объективной информации, разработке и интеграции основных компонентов социальной ответственности в стратегии развития любого представителя медиа в частности и СМК в целом [5]. Социальная функция СМИ простирается и на защиту прав представителей разных социальных стратов. Именно социально-правовая незащищенность большинства граждан повлияла на понимание журналистики как правозащиты [2] на всем постсоветском пространстве. Как утверждает К. Шендеровский, «социальное выздоровление человека/людей зависит от трех условий при участии медиа: правильно поставленный диагноз социальной проблематики, наявность потенциала социальной солидарности людей и умение каждого нуждающегося в помощи человека использовать информацию для развития самостоятельности в принятии социального решения [1, с. 7].

В мировом контексте основная группа проблем, с которыми сталкивается журналистика как правозащита, может быть условно обозначена как социально-демографическое развитие. В поле этой группы проблем А. Коротаев и Д. Халтурина выделяют следующие: бедность, неравенство, коррупция, рождаемость, урбанизация, религиозность [6]. Эти темы наиболее популярны в международном медиапространстве: отечественные и зарубежные публицисты, журналисты, документалисты пытаются осмыслить генезис проблем бедных, детей, женщин, духовного здоровья человечества и наметить пути выхода из кризисных ситуаций.

Примером комплексного подхода к социально-демографическим проблемам в их связи с мировым экологическим кризисом является документальный фильм «Свалка» («Waste Land», 2010, режиссеры Л. Уолкер, К. Харли). По сценарию художник Вик Мунис, будучи успешным и

известным, оставляет свой дом в Нью-Йорке и возвращается на родину в Бразилию, чтобы запечатлеть самую большую мусорную свалку в мире Жардим-Грамашо, расположенную на окраине Рио-де-Жанейро, и ее обитателей –катадорес, занимающихся сортировкой отходов. Поначалу Мунис собирался «написать» серию их портретов при помощи мусора. Оказалось, что общение с художником в работе над этими портретами позволило им по-новому взглянуть на себя и свою жизнь. Благодаря фильму и вниманию медиаобщественности, рабочим-мусорщикам и сборщикам вторсырья, среди которых дети и женщины, удалось улучшить жизнь своей общины.

Проблемы женщин в мире находятся на разных уровнях разрешения: если в развитом мире они, в общем, добились равенства в правах с «сильным полом», то, к примеру, в африканских и азиатских странах унижения, дискриминация, насилие и т.п. над женщинами и девочками-подростками все еще существуют и даже усиливаются новыми политическими режимами [7-9]. Особенно часто авторами правозащитных публикаций и фильмов о женщинах в мусульманских странах являются сами пострадавшие, либо те, кто помогал им выйти из трудной жизненной ситуации. К первой группе относятся документальные книги С. Хадди «Искалеченная» (2007), Суад «Сожженная заживо» (2003), ко второй – книги К. Ламб и М. Юсуфзай «Я - Малала» (2013), Н. Али и Д. Минуи «Мне 10, и я разведена» (2010), фильмы Т. ван Гога «Смирение» (2004), Ш. Обейд-Чиной «Разоблаченный Афганистан» (2007), «Спасая лицо» (2012), М. Чакаровой «Цена секса» (2011). Несмотря на существующую даже в современной Европе опасность освещения проблем «убийств чести», женского обрезания, женского насилия в исламском мире, законов шариата относительно женщин и детей, секс-торговли, журналисты, писатели и режиссеры все же поднимают эти и другие проблемы, создают общественный резонанс и «лечат болезни социальной анемии средствами масс-медиа» [1, с. 29]. К группе социально-демографических проблем относятся и проблемы детства и семьи: использование детского труда, социальное сиротство, разрушение института семьи, «дети Талибана», детский алкоголизм, детская преступность и многие другие.

Жанрово-тематическая реализация правозащитной функции в украинском медиапространстве проявляется преимущественно в функционировании социальных проектов на ведущих общенациональных каналах, в том числе «Интер» и «СТБ». Несмотря на тотальную коммерциализацию и господство разного рода инфотейнмента, через который часто транслируется негатив в виде экранной пропаганды насилия, жестокости, привития непритязательного вкуса, в эфире названных украин-

ских телеканалов есть немало положительных примеров программ и проектов социального направления. Это, в частности, программы «Жди меня», «Сердце подскажет», «Касается каждого» (ТК «Интер»), «Дорогая, мы убиваем детей», «Спасите нашу семью», «Дом на папу» (ТК СТБ). Например, весной 2012г. на телеканале «Интер» стартовал социальный проект «Сердце подскажет». Программа посвящена усыновлению детей. Ее ведет олимпийская чемпионка Лилия Подкопаева. За время проекта «Сердце подскажет» 10 воспитанников детских домов – дети 7-13 лет – смогли выбрать себе родителей. Канал предоставляет сиротам возможность провести некоторое время в приемных семьях и после этого решить, с кем они захотят остаться. «Идея уникальна по своей природе. Мы исследовали тему усыновления в Украине, работает одна схема: родители идут в детдом, выбирают ребенка (в законодательстве прописано – ребенок не должен знать, что его хотят усыновить), и после этого ребенка ставят перед фактом. Получается, что ребенок фактически бесправен – он может лишь согласиться или отказаться. Очень взволновала эта ситуация», – такова идея проекта, которая заключается в желании дать ребенку шанс сделать выбор» [10]. Перечисленные проекты телеканала ТК СТБ направлены на защиту семейных ценностей, налаживание диалога в семьях и обществе и выполняют важную социальную роль.

В зарубежной медиaprактике для вынесения проблемы на «повестку дня» чаще всего используются документальные жанры – документальная книга-биография (автобиография) или документальный фильм. В контексте освещения проблем детей развивающихся стран и регионов (главным образом Африки и Азии) особого внимания заслуживает медиадетельность режиссеров Ш. Обейд-Чиной и У. Р. Романо.

Шармин Обейд-Чиной – пакистанско-британский режиссер-документалист, ее фильмы о правах женщин, проблемах детей, беженцев, маргинальных сообществ от Саудовской Аравии до Сирии, от Тимора до Филиппин завоевали десятки наград и сделали автора одной из ста самых влиятельных персон 2012г. по версии журнала «Тайм». О целях ленты «Дети Талибана» (2009), посвященной детям Пакистана – будущим террористам-смертникам, автор говорит: «Я хочу побудить вас взглянуть совершенно другими глазами на детей, которые становятся террористами-смертниками. В 2009 году на территории Пакистана было совершено 500 терактов. Тот год я провела с детьми, готовившимися стать смертниками, и с вербовщиками из Талибана. Я пыталась понять, как же Талибан превращает детей в живой снаряд и почему эти дети так активно поддерживают это дело» [11]. В наши дни, когда проблема терроризма находится на пике обострения, мало кто говорит о

том, что дети и женщины-смертники – также результат финансового кризиса и кризиса института семьи в странах Востока: вербовщики целенаправленно ищут бедные семьи и убеждают родителей отправить ребёнка в их школу. В обмен они предоставляют бесплатную еду и кров, а иногда платят семье ежемесячную стипендию. В пропагандистских роликах, снятых Талибаном, молодых людей обучают тому, что атаки с самоубийством обоснованны и что предатели подлежат уничтожению.

Политематично и творчество американского правозащитника, фотографа и режиссера У. Роберто Романо. Его документальные фильмы «Украденное детство» (2005), «Темная сторона шоколада» (2010), «Урожай» (2010), фотовыставка «Лица свободы» (с 2009) – о детях-рабах: сборщиках какао-бобов на плантациях Кот-д’Ивуара, сельхозработниках из Мексики в садах и полях США, ремесленниках и ткачах Непала, Индии и Пакистана – и об их украденном детстве. Фильмы и фотоматериалы У. Р. Романо напоминают всем жителям благополучных стран Европы и Америки, что «примерно 218 миллионов детей трудятся в условиях современной глобальной экономики. Сотни тысяч эксплуатируются в ковровой промышленности Южной Азии. Дети в возрасте от 4 до 14 похищаются, продаются в долговую кабалу или привлекаются к принудительному труду, приносящему им физические и эмоциональные страдания. Их заработная плата мизерна по сравнению со взрослыми и дети лишены возможности получить образование, бедность – их постоянный спутник» [12]. Безусловно, медиа- и правозащитная деятельность этих и многих других документалистов и журналистов заслуживает дальнейшего научного рассмотрения и является примером для наследования во всех странах постсоветского пространства. Мы в пределах небольшой научной статьи выделили лишь основные направления медиадеятельности по разрешению проблем социально-демографического развития.

Таким образом, рассмотренные нами примеры правозащитных медиатекстов украинского и зарубежного производства дают возможность утверждать, что международная правозащитная журналистика начала XXI века представляет собой многовекторный, политематичный, полифункциональный метажанр. Благодаря широкому проблемно-тематическому охвату, гуманистическому пафосу, журналисты-правозащитники сегодня не просто констатируют факты и информируют национальную или глобальную общественность о неизлеченных социальных болезнях, а всесторонне рассматривают их этиологию и современное состояние, стимулируют законодательную, институционную

и общественную деятельность по урегулированию актуальных проблем человечества, мобилизуют социум в поиске путей их разрешения.

### *Литература*

1. Шендеровський, К.С. та інші. Медіакомунікації та соціальні проблеми: Збірка навчально-методичних матеріалів і наукових статей в трьох частинах. Частина перша / Упор., ред. К. С. Шендеровського / Київ. нац. ун-т; Ін-т журналістики. – К., 2012. – 288 с.

2. Виртосу, І. Журналістика як правозахист [Електронний ресурс]. – Режим доступа: [http://osvita.mediasapiens.ua/view/zhurnalistika\\_yak\\_pravozakhist/](http://osvita.mediasapiens.ua/view/zhurnalistika_yak_pravozakhist/)

3. Гришина, Е. Л. Правозащитная информация NON-Stop. Опыт работы информационного центра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://library.khpg.org/files/docs/1361976552.pdf>

4. Динара Токбаева: мы делаем ребрендинг правозащитной журналистики в ЦА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newreporter.org/2011/11/02/dinara-tokbaeva-my-delaem-rebranding-pravozashhitnoj-zhurnalistiki-v-ca/#sthash.LCK62VF5.dpuf>

5. Эксперт визначив найбільш соціально відповідальним медіа [Електронний ресурс] // Телекритика [сайт]. – Режим доступа: <http://www.telekritika.ua/news/2009-03-26/44631> (26.03.2009).

6. Коротаев, А.В., Халтурина Д.А. Современные тенденции мирового развития. – М.: ЛИБРОКОМ/URSS, 2009. – 240 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://cliodynamics.ru/index.php?option=com\\_content&task=view&id=169&Itemid=1](http://cliodynamics.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=169&Itemid=1)

7. Syrian regime and Islamic State committing war crimes, UN [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ansamed.info/ansamed/en/news/sections/politics/2014/08/27/syrian-regime-and-islamic-state-committing-war-crimes-un\\_5b260808-ed2a-4b50-a86e-67e4fc1a582a.html](http://www.ansamed.info/ansamed/en/news/sections/politics/2014/08/27/syrian-regime-and-islamic-state-committing-war-crimes-un_5b260808-ed2a-4b50-a86e-67e4fc1a582a.html)

8. На рынке в Мосуле продают захваченных в плен христианок и йезидок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravoslavie.ru/news/73090.htm>

9. Христиане Ракки – старики, женщины и дети – должны заплатить налог на жизнь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.coptstoday.com/Copts-News/Detail.php?Id=89408>

10. «Інтер» готує проект про всиновлення дітей [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.telekritika.ua/news/2012-02-21/69745>

11. Sharmeen Obaid Chinoy films [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sharmeenobaidfilms.com/category/films/>

12. Stolen Childhoods [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://facesoffreedom.goodweave.org/gallery/?album=108>

## **СМИ О СОЗДАНИИ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА**

С 1 января 2015 года вступил в силу Евразийский экономический союз (далее ЕАЭС) – международное интеграционное экономическое объединение, договор о создании которого на базе Таможенного союза Евразийского экономического сообщества был подписан 29 мая 2014 года. В состав союза на данном этапе вошли Беларусь, Россия, Казахстан и Армения. Договор о присоединении к ЕАЭС 23 декабря 2014 года подписал Кыргызстан. Как сообщали российские и белорусские информационные агентства, ЕАЭС создавался для укрепления экономик стран-участниц и сближения друг с другом, для модернизации и повышения конкурентоспособности стран на мировом рынке [5].

Сотрудничество в сфере межгосударственной интеграции в сфере экономики на постсоветском пространстве ведется с конца 1990-х годов. ЕАЭС стал преемником Евразийского экономического сообщества (ЕврАзЭС) – международной экономической организации ряда бывших республик СССР, существовавшей в 2001–2014 годах. Наиболее активным временем в распространении информации о предполагаемых мероприятиях в рамках ЕАЭС стал ноябрь и декабрь 2014 года. В это время в СМИ Беларуси, России и Казахстана поднимались следующие вопросы: введения единой валюты в странах-участниках ЕАЭС; падение конкурентоспособности отечественных производителей; сможет ли ЕАЭС оправдать интеграционные надежды.

Рассмотрим данные темы подробнее. Первые заявления о введении единой валюты в странах-участниках ЕАЭС появились в прессе еще в сентябре 2014 года, когда информационные агентства и авторитетные печатные издания (к примеру, газета «Известия») Таможенной тройки сообщили, что переход на единую валюту Евразийского союза будет возможен к 2025 году. В ноябре информационное агентство «РИА Новости» сообщило, что экономическая интеграция в рамках ЕАЭС позволит избавиться от использования доллара и евро во взаиморасчетах в торговле. Данное заявление на Евразийском экономическом конгрессе в пресс-центре МИА «Россия сегодня» сделал исполнительный вице-президент Российского союза промышленников и предпринимателей А. Мурычев. «Вместе с тем говорить о переходе стран ЕАЭС на единую валюту пока преждевременно, считают участники конгресса, так как для этого нужен единый наднациональный регулятор и единый эмиссион-

ный центр. Пока принято решение создать наднациональный регулятор в 2025 году» [4]. Не определено пока и какая валюта станет единой: рубль, тенге или это будет валюта с совершенно новым названием.

Мнения о преждевременности ввода общей валюты в ЕАЭС придерживаются и другие эксперты, так как ни одна из экономик стран Таможенного союза даже по отдельности не может гарантировать устойчивость и стабильность валюты. Заведующий кафедрой международных отношений Академии управления при Президенте Беларуси доктор политических наук С. Кизима утверждает, что «работу в Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС) необходимо начинать не с введения общей валюты, а с выстраивания современных инновационных экономик, которые будут в меньшей степени страдать от существующих в Европейском регионе кризисных экономических проявлений» [6]. Отсюда можно сделать вывод, что Беларусь усилит ставку на развитие инновационной национальной экономики. Спикер Сената Парламента Казахстана К-Ж. Токаев отмечает, что ЕАЭС должен развиваться постепенно, без рывков и забегания вперед. «Евразийский экономический союз должен быть привлекательной организацией, прежде всего для ее участников, а также для тех государств, которые пока присматриваются к нашему союзу», – утверждает спикер [2].

Председатель государственной думы Российской Федерации С. Нарышкин в одном из выступлений в СМИ предложил ряд мероприятий, которые необходимо провести для устойчивого функционирования союза: во-первых, предусмотреть в регламентах парламентов проведения обязательной экспертизы национальных законопроектов на их соответствие договору о ЕАЭС; во-вторых, планировать совместные заседания в профильных комитетах для обсуждения наиболее значимых программ; в-третьих, регулярно проводить предметные круглые столы с депутатами, экспертами и предпринимателями по актуальным вопросам законодательного обеспечения ЕАЭС [1]. Довольно часто эксперты утверждали, что ЕАЭС призван снять барьеры для граждан и бизнеса стран-участниц, создать общий рынок товаров и услуг. А для этого «понадобится таможенный кодекс ЕАЭС. В новом своде таможенных правил важно обеспечить приоритет электронному, а не бумажному декларированию» [1].

Во время «продовольственной войны» между Российской Федерацией и Республикой Беларусь, которая появилась на фоне обвинений белорусской стороны в реэкспорте европейской продукции на территорию Российской Федерации, появились некоторые сомнения в состоятельности будущего союза. Как известно, 6 августа 2014 года Президент Российской Федерации В. Путин подписал Указ «О применении отдельных специальных

экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации». Согласно документу в течение одного года со дня вступления в силу настоящего Указа запрещается осуществлять внешнеэкономические операции, предусматривающие ввоз на территорию Российской Федерации отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, страной происхождения которых является государство, принявшее решение о введении против России экономических санкций (или присоединившееся к такому решению) в конце ноября – декабре 2014 года. Однако, на наш взгляд, это большей частью была информационная война, которую, учитывая официальные заявления на сайтах заинтересованных ведомств и в СМИ в то время, вели Россельхознадзор, Государственный таможенный комитет Республики Беларусь и Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь.

На фоне данного конфликта корреспондент еженедельной аналитической газеты «Белорусы и рынок» в статье «ЕАЭС зашатался» утверждала, что «по сути, под угрозой существования оказался Евразийский экономический союз (ЕАЭС) за считанные дни до его официального старта» [3, с. 1]. Автор размышляет об отечественных производителях, оперируя цитатами Президента Республики Беларусь А. Лукашенко. Журналист констатирует, что девальвация российского рубля сильно бьет по экспортным позициям Беларуси, для которой рынок Российской Федерации является ключевым. Автор указывает также на возникновение реальной опасности вытеснения с белорусского рынка отечественной продукции, аналогичной российской, которая на фоне ослабления российского рубля становится более конкурентоспособной. Наиболее сильным оказалось последнее предложение статьи: «Сегодня же очевидно, что, если за столь эмоциональной реакцией белорусского президента последуют конкретные действия по возведению дополнительных барьеров для защиты национального рынка в рамках ЕЭП, все дальнейшие интеграционные потуги на этом поприще могут оказаться ненужными» [3, с. 3].

Однако, как бы ни складывалась ситуация накануне и какими бы пессимистичными ни были прогнозы журналистов-аналитиков, ЕАЭС вступил в силу в установленный срок. И одним из первых действий реализации Договора о создании Евразийского экономического союза стало подписание еще в ноябре 2014 года Министром строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации М. Менем и Министром архитектуры и строительства Республики Беларусь А. Черным соглашения о сотрудничестве между министерствами в целях эффективного функционирования общего рынка услуг в области инженерных изысканий, проектирования и строительства. Данная информация с 28 ноября по 1 декабря 2014 года появилась на «РИА Новости» в

рубрике «Недвижимость», информационном портале Национальной ассоциации сметного ценообразования и стоимостного инжиниринга «Цена вопроса», PROMIN.RU, информационном агентстве «Regnum».

Таким образом, в рассмотренный нами небольшой отрезок времени СМИ стран постсоветского пространства постоянно всесторонне и глубоко разрабатывали тему создания ЕАЭС. Как будет в дальнейшем складываться функционирование Евразийского экономического союза, на наш взгляд, зависит не только от экономического состояния, но и от климата в информационной среде стран-участников союза.

#### *Литература*

1. Лыкова, Н. Глава Госдумы РФ предложил активизировать межпарламентское сотрудничество в рамках ЕАЭС / Н. Лыкова // Bnews.kz [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bnews.kz/ru/news/post/240793/>. – Дата доступа: 24.11.2014.

2. Лыкова, Н. ЕАЭС должен развиваться постепенно – Токаев / Н. Лыкова // Bnews.kz [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bnews.kz/ru/news/post/240807/>. – Дата доступа: 24.11.2014.

1. Маненок, Т. ЕАЭС зашатался / Т. Маненок // Белорусы и рынок. – 2014. – 17-23 нояб. – С.1,3.

3. Мурычев: интеграция в ЕАЭС поможет снизить зависимость от инвалюты // РИА Новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ria.ru/economy/20141208/1037138225.html#14180505676664&message=resize&relto=login&action=removeClass&value=registration>. – Дата доступа: 08.12.2014.

4. Около 40 стран заявили о желании создать зону свободной торговли с Евразийским экономическим союзом // БелаПАН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belapan.com/archive/2014/11/24/742299/>. – Дата доступа: 24.11.2014.

5. Работу в ЕАЭС необходимо начинать с выстраивания современных инновационных экономик – эксперт // БелТА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.belta.by/ru/all\\_news/economics/Rabotu-v-EAES-neobhodimost-nachinat-s-vystrajvanija-sovremennyh-innovatsionnyh-ekonomik---ekspert\\_i\\_688569.html](http://www.belta.by/ru/all_news/economics/Rabotu-v-EAES-neobhodimost-nachinat-s-vystrajvanija-sovremennyh-innovatsionnyh-ekonomik---ekspert_i_688569.html). – Дата доступа: 08.12.2014.

**Елена Кононова**

*Белорусский государственный университет*

## **ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СТРАТЕГИЯ МЕДИА ИНСТИТУТА FOJO**

Для успешной профессиональной практики журналистам необходимо уделять постоянное внимание совершенствованию форм репор-

терской деятельности и унификации стадий информационного процесса. Мировая история средств массовой информации вобрала в себя множество примеров эволюционной трансформации журналистского труда, когда новые открытия и изобретения меняли технологию и продвигали медиа индустрию. Современная медийная система складывалась постепенно, поступательно, но неравномерно. Поэтому существование структур, призванных репродуцировать новые знания в данной области, способствует их распространению и нивелировке различных уровней в развитии национальных информационных систем. К таким структурам относится шведский Медиа Институт Fojo, созданный более 40 лет назад при Кальмарском университете как образовательное учреждение по совершенствованию и переподготовке профессиональных журналистов. Сегодня это – авторитетная структура европейского уровня, являющаяся одной из частей консорциума региональных университетов им. Карла Линнея на юго-востоке Швеции.

Медиа Институт Fojo осуществляет учебные программы повышения квалификации журналистов из стран Европы, а также стран Азии, Африки и Латинской Америки. С 1998 года Институт организывает семинары и тренинги для журналистов и преподавателей журналистики Центральной и Восточной Европы. За это время были реализованы сотни учебных проектов для представителей этих регионов. Программы в основном финансируются государственной организацией Sida/Сида (Управление международного сотрудничества в области развития), т.е. из финансовых средств госбюджета Швеции. Особенностью Медиа Института Fojo является привлечение к сотрудничеству для коучинга титулованных журналистов и специалистов мирового уровня в этой области, что обеспечивает высокую эффективность работы и популярность заведения в журналистской среде.

Инновационный вектор является основой в деятельности коллектива Института. Самые новые приемы и методические разработки для обучения внедряются и обновляются постоянно. Причем, инновации включены в основной тематический арсенал семинаров и тренингов, а также используются в менеджерской работе Института по организации и обеспечению образовательного процесса. Рассмотрим подробнее инновационную составляющую образовательной деятельности как тему для изучения и продвижения информационного продукта. Эта тема по праву занимает одно из важнейших мест в иерархии принципов обучения современного журналиста.

В научной литературе принято считать, что инновация – это творческая деятельность, направленная на разработку и распространение новых результатов. Понятие «innovation» впервые появилось в научных

исследованиях зарубежных культурологов в XX веке и означало введение некоторых элементов одной культуры в другую. Собственно термин «инновация» происходит от латинского слова «innovato», что означает обновление или улучшение, его отождествляют со словами «новшество», «новация», «нововведение».

Но инновация – это не только система периодически вводимых разовых новшеств, заменяющих различные переменные организационной структуры. Это и комплексный социокультурный процесс, развивающийся по неким объективным законам, тесно взаимосвязанный с историей и традициями рассматриваемых социальных систем, и поэтому кардинально преобразующий их структуру. К журналистике это имеет самое прямое отношение, что доказывают, к примеру, семинары и открытые лекции тренеров из Fojo по темам, связанным с инновационным обеспечением редакционного менеджмента, инновациям в работе ньюсрум, использованию кросс-медиа как новой формы взаимодействия каналов информации. Такое обращение к теме инноваций по отношению к менеджменту в области СМИ говорит о важности стратегии, осуществляемой Медиа Институтом Fojo.

Первыми крупнейшими теоретиками инновационных процессов по праву считаются И. Шумпетер и Н. Д. Кондратьев [1]. В соответствии с теорией «больших циклов» Н. Д. Кондратьева динамика экономической структуры общества чутко реагирует на базовые нововведения (ключевые изобретения), влекущие за собой реализацию вторичных, модернизирующих социально-экономических нововведений. Дальнейшее комплексное развитие представлений об инновационных процессах связано с именами П. Ф. Дракера, К. Левина, Э. М. Роджерс, Дж. Залтмена, Х. Г. Барнетта [2]. Характерно, что практически все теоретики и практики инновации обосновывают существование феномена «социального прогресса», который понимается как рост технологических возможностей субъекта, открывающий доступ к более широкому по сравнению с предыдущим спектру ограниченных ресурсов, обеспечивающих его существование.

Шведские тренеры уверены, что важнейшая характеристика инновации заключается в том, что она не является по отношению к социальному субъекту неким внешним объектом, а представляет собой восприятие индивида или социальной системы, устанавливающих наличие новизны. Практика может быть инновационной не для всех индивидов и социальных систем. Восприятие новизны как таковой носит исключительно субъективный характер и не зависит от того, существовал ли рассматриваемый объект как новый ранее или нет: индивид воспринимает его как новый. Социальный субъект становится сторонником ин-

новации, когда может адекватно оценить состояние окружающей среды и спрогнозировать свое состояние в контексте инновационного процесса в терминах приобретения – потери социальных преимуществ. Это следует понять и принять для успешного развития национальных медиа систем, находящихся в различных социокультурных и политических условиях. Инновации в современных условиях – главное средство сохранения в положительном смысле устаревающих форм и способов социальной деятельности, учитывая быстро меняющиеся технологии в информационной сфере, а также конкуренцию в сфере менеджмента.

Инновация возникает в результате использования результатов научных исследований и разработок, направленных на совершенствование процесса информационной деятельности, экономических, правовых и социальных отношений в области науки, культуры, образования, в других сферах деятельности общества. Комплексный характер инноваций, их многосторонность и разнообразие областей и способов использования требуют разработки их классификации. В научной литературе по инновационному менеджменту выделяется большое количество видов инноваций. Выделяют различные основания классификации инноваций, создающих целую систему в зависимости от решаемых задач. Приемы инновационного менеджмента можно разделить на следующие группы:

1. Приемы, воздействующие только на производство инновации.
2. Приемы, воздействующие как на производство, так и на реализацию, продвижение и распространение инновации.
3. Приемы, воздействующие только на реализацию, продвижение и распространение инновации.

Из этой градации понятно, что приемы инновационного менеджмента решают разные целевые задачи. Приемы, воздействующие только на производство инноваций, имеют своей единственной целью создание нового продукта или новой операции (технологии) с высокими качественными параметрами. К этим приемам относятся бенч-маркинг, способы маркетинговых исследований и планирование маркетинга инноваций. Оптимизация работы по изобретению или открытию новых составляющих информационного процесса, в данном случае, видится прерогативой исследовательских центров и соответствующего уровня специалистов. Вторая группа приемов инновационного менеджмента охватывает такие приемы, как инжиниринг инновации, реинжиниринг инновации, бренд-стратегию. Что понимается под инжинирингом инноваций и в чем его особенность? Сохранение и развитие информационных процессов в современных условиях возможно лишь при их адаптации и постоянном приспособлении к изменяющемуся окружению. Именно эти стратегические задачи и решаются при проектировании и развитии че-

го-либо нового. Решение подобного рода задач в научной литературе получило название инжиниринга. Сам по себе инжиниринг (англ. Engineering – изобретательность, знание) означает инженерно-консультационные услуги по созданию новых объектов или крупных проектов. В состав третьей группы входят качественный прием управления, фронтирование рынка, мэджер. Главная цель всех приемов этой группы – это ускорение продвижения инноваций с наибольшей выгодой и эффективностью как в текущий момент времени, так и с большей отдачей в будущий период [3]. Исходя из этого, можно констатировать, что консультативно-образовательная деятельность тренеров Медиа Института Fojo направлена на реализацию второго и третьего приемов инновационного менеджмента.

В европейской информационной культуре существует принцип общего систематизированного планирования и сертифицирования, которое включает определение единых критериев эффективности в программной образовательной деятельности. Медиа Институт Fojo включен в этот процесс путем использования метода LFA (Logical Framework Approach – логический рамочный подход) – одного из хорошо зарекомендовавших методов проектного планирования и отчетности. Метод LFA получил распространение по всему миру: ООН, Евросоюз, СИДА, НОРАД, германское агентство GTZ, австралийское AUSAid – вот только некоторые из международных организаций, которые работают над тем, чтобы сотрудничающие стороны использовали инновационные методы в проектной деятельности.

Метод LFA включает в себя девять ступеней: контекстный анализ проекта (анализ системы взаимосвязей/внешних условий); анализ контрагентов; проблемный анализ/ситуационный анализ; формулировку целей; план действий; ресурсное планирование; определение параметров достижения целей/индикаторов; анализ рисков; анализ предпосылок достижения целей. Кроме того, что предварительная оценочная деятельность соответствует предлагаемым критериям, проводится экспертиза и мониторинг с целью учета специфики каждой ситуации, проекта, программы. Эта работа параллельно сопрягается с критериями инновационного процесса, включающего в себя семь элементов, соединение которых в единую последовательную цепочку образует собственную структуру. К этим элементам относятся: инициация инновации; маркетинг инновации; выпуск (производство) инновации; реализация инновации; продвижение инновации; оценка экономической эффективности инновации; диффузия (распространение) инновации. Реальная проектная деятельность Медиа Института Fojo – проведение семинаров, тренингов, открытых лекций, круглых столов, практикумов, ознакомитель-

ных визитов – отражает все условия названных критериев и ступеней: систематизированная модель планирования логично продолжается элементами инновационного процесса.

Следование научным разработкам в инновационной деятельности и четкое определение роли и места в дополнительном образовании журналистов демонстрируют успешность и убеждают в необходимости такой формы работы. Матрица LFA в качестве инструментария помогает Медиа Институту Fojo реализовывать стратегию инновационной деятельности в отношении партнеров, которым предлагается качественное, профессиональное консультативное и образовательное сотрудничество, помогающее наладить и вести диалог между различными национальными медиасистемами, найти взаимоприемлемые стандарты в журналистской практике.

#### *Литература*

1. Новиков, В. Предпринимательство и инновации. Циклическое развитие экономики. Исследования Н.Д. Кондратьева, теория инновационных процессов Й. Шумпетера / В. Новиков // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism/novikov12.htm](http://tourlib.net/books_tourism/novikov12.htm). – Дата доступа: 23.12.2014.

2. Теребова, С. В. Активизация инновационного процесса в регионе / С. В. Теребова, Е. С. Губанова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://thelib.ru/books/s\\_v\\_terebova/aktivizaciya\\_innovacionnogo\\_processa\\_v\\_regione-read.html](http://thelib.ru/books/s_v_terebova/aktivizaciya_innovacionnogo_processa_v_regione-read.html). – Дата доступа: 23.12.2014.

3. Управление инновациями в малом бизнесе // Дистанционный консалтинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dist-cons.ru/modules/innova/section4.html#4.4>. – Дата доступа: 23.12.2014.

**Михаил Концевой**

*Брестский государственный университет  
имени А.С. Пушкина, Беларусь*

## **СЕМАНТИЧЕСКАЯ МИКРОРАЗМЕТКА ИНТЕРНЕТ-МЕДИА**

Интеллектуальным ответом на взрывной рост количества информации в интернете стала концепция Big Data (серия подходов, инструментов и методов обработки неструктурированных данных огромных объёмов и значительного многообразия для получения человекочитаемых результатов, эффективных в условиях их непрерывного прироста и распределения по узлам вычислительной сети) [1]. В журналистике появилось новое направление – журналистика данных (datajournalism), в которой журналисты призваны эффективно анализировать и использовать открывшиеся грандиозные информационные ресурсы в своей работе по

извлечению содержащихся в них знаний [2]. С точки зрения журналистики данных, вся информация интернета может быть представлена как машиночитаемые данные, которые, как правило, являются открытыми (общедоступными), но требуют отбора, фильтрации, структурирования в базы по заданным признакам и автоматического анализа.

Другой существенной задачей в условиях информационной избыточности интернета является эффективное продвижение журналистского контента к широкой аудитории, в частности, поисковой оптимизации журналистского ресурса целиком и каждой публикации в отдельности. Таким образом, для эффективной работы с большими массивами данных в интернете журналисты должны располагать определенными компетенциями и владеть современным информационно-технологическим инструментарием. Одним из важнейших инструментов в современной интернет-журналистике является микроразметка контента [3].

Микроразметка позволяет качественно и быстро ранжировать контент поисковыми роботами с целью формирования для пользователя корректного (человекочитаемого) ответа. Так, пользователь размеченного ресурса получает релевантный ответ на свой запрос в виде привлекательного сниппета и с большей вероятностью посетит медийный сайт, что обеспечит последнему увеличение трафика из поиска. Поисковый робот с помощью семантической разметки страниц автоматически извлекает данные, может их помещать в базу и анализировать. Несмотря на очевидную выгоду от применения, реально используют семантическую разметку буквально единицы сайтов. Именно поэтому перед вами возможность применить непопулярную методику и значительно улучшить позиции сайта в поисковой выдаче.

В 2011 году создатели крупнейших поисковых систем объединились в проекте Schema.org [4] – инициативе по разработке единой схемы для семантической разметки на основе эффективной структуризации предоставляемых информационных ресурсов и их семантической разметки микроформатами. Метаданные на ресурсах, использующие предлагаемые Schema.org схемы, представляют собой семантическую разметку, предназначенную для поисковых роботов, и могут быть непосредственно проанализированы ими с целью извлечения и обработки информации о содержимом веб-ресурсов. Таким образом, Schema.org открывает новое направление в контексте становления Semantic Web. В качестве основного формата разметки веб-страницы метаданными Schema.org предлагаются microdata (микроданные) – теги и атрибуты для разметки структурированной информации на веб-страницах.

Микроформаты – это текстовые сущности поверх HTML, с помощью которых можно описывать любую информацию на Web-страницах.

Спецификация микроформатов представляет собой способ разметки содержания для определения таких специальных типов информации, как отзывы, информация о человеке, мероприятии. Стандарт представляет собой набор классов, описывающих всевозможные сущности и их свойства. Сейчас их уже несколько сотен. С помощью Schema.org можно размечать данные об организациях, словарных статьях, изображениях, видео, фильмах, рецептах, аккордах, творческих работах, целевой аудитории. Для интернет-медиа особое значение имеет стандарт Article, позволяющий описывать новостной контент, материалы журналистских расследований, газетных и журнальных статьи различных типов [5]. Article находится в группе CreativeWork, что предлагает возможность описания журналистских материалов на основе нескольких десятков параметров, в том числе: headline – заголовок статьи; description – краткое описание статьи; datePublished – дата публикации статьи; articleBody – текст самой статьи; dateModified – дата изменения статьи; creator – авторы материала; image – атрибут, отвечающий за изображения на странице (изображение должно быть доступно для сканирования и индексирования); associatedMedia – данный атрибут сообщает, что расположенная на странице информация относится к СМИ.

Разметка микроформатами не требует создания отдельных экспортных файлов и происходит непосредственно в HTML-коде страниц обрачиванием описания определенного типа в контейнер и указанием схемы разметки отдельных свойств с помощью специальных атрибутов. Каждый тип информации описывает определенный тип элемента (субъект, событие, отзыв). Например, атрибут «Автор» предполагает два параметра: «Организация» и «Человек», а уже «Человек» имеет такие свойства, как имя, место жительства, место работы, занимаемая должность, награды, цитаты, произведения.

Каждый журналистский материал может быть размечен с любой полнотой использования предлагаемых стандартом атрибутов, но в точном соответствии с требованиями агрегаторов. Настраивается микро-разметка отдельно для даты, картинок, видео и текста. Для повышения эффективности разметки отдельно настраиваются специальные xml-файлы (например, sitemap), которые регулярно автоматически обновляются, что позволяет поисковым роботам оперативно находить новый контент. При отсутствии карты или некорректной настройке карты сайта журналистский материал может быть вовсе не проиндексирован новостными агрегаторами.

Существенно, что разметку Schema.org можно использовать на веб-страницах на любом языке. Код микроформатов прост для написания в любом текстовом редакторе, но лучше воспользоваться специальными

программами, которые позволяют добавлять микроформатированный контент в создаваемые с их помощью ресурсы. Существует несколько специализированных сервисов, с помощью которых можно проверить корректность разметки и выявить возможные ошибки. Для проверки корректности формата данных, размеченных с помощью схем, полезно использовать инструменты Google Rich Snippets Validator [6] и валидатор от Яндекса [7]. Они позволяют не только выяснить, есть ли в коде разметки ошибки, которые могут помешать корректной обработке данных, но и проверить, как поисковые роботы данных систем видят и обрабатывают предложенную семантическую разметку страницы.

Микроформаты – полностью открытый формат. Следовательно, данные, размеченные по стандарту семантической разметки `schema.org`, становятся общедоступными и могут быть извлечены и использованы любыми сервисами.

Наряду с `Schema.org` популярны и другие способы микроразметки журналистского контента в интернете. Например, `Open Graph` [8], `Twitter Cards` [9], которые призваны обеспечить присутствие и заметность интернет-медиа в социальных сетях (за счет улучшения представления при поиске) и отображение их в удобной для пользователей форме (с правильными графическими изображениями, необходимыми текстовыми вставками). Микроформат `hNews` [10] поможет сделать журналистские материалы более читабельными в сервисах повышения удобочитаемости (например, `Readability` [11]). Многие большие новостные СМИ одновременно используют сразу несколько видов разметки своего контента.

#### *Литература*

1. Big data. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://en.wikipedia.org/wiki/Big\\_data](http://en.wikipedia.org/wiki/Big_data). – Дата доступа: 09.01.2015.

2. Саакян, А. Данные для журналистов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://polit.ru/article/2013/05/04/data\\_journalism/](http://polit.ru/article/2013/05/04/data_journalism/). – Дата доступа: 09.01.2015.

3. Концевой, М. П. Семантическая разметка электронного журналистского текста / М. П. Концевой // Слова ў кантэксце часу : да 85-годдзя прафесара А.І.Наркевіча: зб. навук. прац / пад агул. рэд. В.І. Іўчанкава. – У 2-х т. Т. 1. – Мінск : Выд. цэнтр БДУ, 2014. – 576 с. – С. 343–347.

4. Schema.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://schema.org/>. – Дата доступа: 09.01.2015.

5. Article (Schema) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://schema.org/Article>. – Дата доступа: 09.01.2015.

6. Google Rich Snippets Validator [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.google.com/webmasters/tools/richsnippets>. – Дата доступа: 09.01.2015.

7. Валидатор от Яндекса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://webmaster.yandex.ru/microtest.xml>. – Дата доступа: 09.01.2015.
8. Open Graph protocol [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ogp.me/>. – Дата доступа: 09.01.2015.
9. Twitter Cards [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dev.twitter.com/cards/overview>. – Дата доступа: 09.01.2015.
10. hNews 0.1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://microformats.org/wiki/hNews>. – Дата доступа: 09.01.2015.
11. Read Comfortably – Anytime, Anywhere [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.readability.com/>. – Дата доступа: 09.01.2015.

**Владимир Куликович**  
**Евгения Ковырева**

*Белорусский государственный технологический университет,  
Беларусь*

## **МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО В БЕЛАРУСИ И КИТАЕ**

В современных условиях понятия, обозначенные терминами издательское дело и издательская деятельность, имеют различия. Под издательским делом понимают комплекс мероприятий, направленных на редакционно-издательскую подготовку, изготовление, выпуск в свет и распространение печатных изданий [1]. Именно такое определение имеется и в Законе РБ «Аб выдавецкай справе ў Рэспубліцы Беларусь». Издательское дело существует во всех странах мира и является важным инструментом, способствующим распространению знаний, информационному обмену между народами. Для оптимальной реализации задачи информационного обмена необходимо знать и четко представлять нормативные постулаты и требования в области издательского дела государств-партнеров. Задача статьи — установить основные международные правовые акты, которые действуют в Республике Беларусь и Китайской Народной Республике в сфере издательского дела. Актуальность такого исследования видится а дальнейшем усовершенствовании сотрудничества между нашими странами и более глубоком понимании стратегии развития издательского дела в КНР.

В современном Китае действуют следующие международные соглашения в области издательского дела: «Бернская Конвенция по Охране Литературных и художественных произведений» (Берн, 9 сентября 1886г.); «Всемирная Конвенция об авторском праве» (Женева, 6 сентября 1952г.); «Конвенция о международном обмене изданиями» (Париж, 3

декабря 1958г.); «Конвенция об обмене официальными изданиями и правительственными документами между государствами» (Париж, 3 декабря 1958г.); «Конвенция о мерах, направленных на запрещение и предупреждение незаконного ввоза, вывоза и передачи права собственности на культурные ценности» (Париж, 14 ноября 1970г.); Соглашение ТРИПС по Торговым Аспектам Прав Интеллектуальной Собственности (Маракеш, 15 апреля 1994г.); Договор Всемирной организации интеллектуальной собственности по авторскому праву (Женева, 20 декабря 1996г.). Кратко остановимся на каждом из названных документов.

«Бернская Конвенция об охране литературных и художественных произведений» 9 сентября 1886г. – это международная Конвенция, которая впервые прошла в Берне (Швейцария) с участием Бельгии, Германии, Франции, Испании, Великобритании и Туниса [2]. Она вступила в силу 5 сентября 1887г. Бернская Конвенция является одним из основных и самых популярных международных соглашений в области авторского права, в которой участвуют 168 государств мира. В КНР Соглашение было подписано 10 июля 1992г. и вступило в силу 15 октября 1992г. Особенностью Китая является то, что во время правления Мао Цзэдуна до 1976г. страна была изолирована от внешнего мира. В ней фактически не существовало закона об авторском праве. Первый китайский закон об авторском праве появился лишь 1 июня 1991г. в связи с возросшей необходимостью урегулирования большого количества вопросов, в том числе нелегального распространения изданий с нарушением авторских прав и ростом распространения иностранных изданий внутри страны. Однако идеологические предписания Коммунистической партии Китая не соответствовали Бернской Конвенции. В связи с этим Китай встал на путь развития в области охраны авторского права только в конце 70-х гг. XX века [3].

«Всемирная Конвенция об охране литературных и художественных произведений» 6 сентября 1952г. – это международное соглашение по охране авторского права, действующая под патронажем ЮНЕСКО, которая была принята на Межправительственной Конференции по авторскому праву. ВКАП предусматривает более низкий уровень охраны авторских прав по сравнению с Бернской Конвенцией. Это связано с тем, что Женевская Конвенция разрабатывалась и принималась с целью присоединения к ней как можно большего числа государств, в том числе и тех, которые по тем или иным причинам не могут обеспечить уровень охраны авторских прав, предусмотренных Бернской Конвенцией [4]. КНР подписала Конвенцию 30 июля 1992г. с некоторыми внесенными КНР изменениями. В документе о присоединении содержится уведомление о том, что правительство Китайской Народной Республики вос-

пользуется исключением, для которого существует положение в статьях Vter и Vquater Конвенции [5].

«Конвенция о международном обмене изданиями» 3 декабря 1958г. была создана для принятия странами-участницами ООН в Париже на 10-й сессии генеральной конференции ООН по вопросам образования, науки и культуры. В данном документе страны соглашаются в необходимости поощрять и облегчать международный обмен изданиями в целях свободного распространения идей и знаний всех народов мира. КНР ратифицировала Конвенцию 26 апреля 1961г.

«Конвенция об обмене официальными изданиями и правительственными документами между государствами» от 3 декабря 1958г. В данном документе государства выражают свою готовность обмениваться на основе взаимности своими официальными изданиями и правительственными документами. При этом они должны заключить двухсторонние соглашения, что является необходимым условием претворения в жизнь Конвенции (ст. 3) [6]. КНР ратифицировала Конвенцию 26 апреля 1961г.

«Конвенция о мерах, направленных на запрещение и предупреждение незаконного ввоза, вывоза и передачи права собственности на культурные ценности» от 14 ноября 1970г. принята на 38-м пленарном заседании 16-й сессии генеральной конференции ООН по вопросам образования, науки и культуры. Генеральная конференция считает, что культурные ценности являются основными элементами цивилизации и культуры народов, поэтому государствам необходимо охранять культурное достояние своей страны и проникнуться осознанием культурного достояния других стран (Преамбула) [7]. Данный закон также относится к издательской деятельности, так как для нее важно сохранение оригиналов старинных книг, документов и изданий, архивов, включая фоно-, фотоархивы. КНР приняла Конвенцию 28 ноября 1989г.

Соглашение ТРИПС по Торговому Аспектам Прав Интеллектуальной Собственности (Маракеш, 15 апреля 1994г.) принята странами-членами ВТО с целью снятия препятствий на пути развития международной торговли, «принимая во внимание необходимость содействовать эффективной и адекватной охране прав интеллектуальной собственности, а также обеспечить, чтобы меры и процедуры по защите прав интеллектуальной собственности сами не становились барьерами для законной торговли» (Соглашение TRIPS) [8] Соглашение с КНР было подписано 11 декабря 2001г.

Важным моментом в истории развития китайской экономики в целом и издательской деятельности в частности стало то, что Китай принял членство во Всемирной Торговой Организации с 11 декабря 2001г.

после длительных переговоров, длившихся 15 лет. Это стало положительным аспектом в дальнейшем развитии защиты прав интеллектуальной собственности и международного издательского дела Китая.

«Договор Всемирной организации интеллектуальной собственности по авторскому праву» от 20 декабря 1996г. На дипломатической конференции ВОИС по вопросам авторского права и смежных прав в Женеве был заключен соответствующий договор, который предусматривает соблюдение международных правил, установленных Бернской Конвенцией и создан для «более четкого толкования некоторых существующих правил в целях обеспечения адекватных решений вопросов, возникающих в связи с экономическим, социальным, культурным и техническим развитием» (Преамбула) [9]. Данный договор вступил в силу в КНР 6 сентября 2007г.

Что касается Республики Беларусь, то, по данным интернет-источников, в нашей стране соблюдаются следующие международно-правовые акты в сфере издательского дела, которые не действуют в КНР.

«Международная Конвенция об охране прав исполнителей, производителей фонограмм и вещательных организаций» (Рим, 26 ноября 1961г.). Вступила в силу в Беларуси 27 мая 2003г. Республика Беларусь присоединилась к данной Международной конвенции Указом Президента Республики Беларусь от 7 августа 2002г. № 440 «О присоединении Республики Беларусь к Международной конвенции об охране прав исполнителей, производителей фонограмм и вещательных организаций» с некоторыми оговорками, перечисленными в содержании данного указа [10].

«Соглашение о сотрудничестве в области охраны авторского права и смежных прав» (Москва, 24 сентября 1993г.) Данное соглашение было принято на конференции странами-участниками Содружества Независимых Государств для урегулирования отношений между собой в области авторского права, а также для разработки и принятия законопроектов об авторском праве на уровне требований международных Конвенций, проведения совместной работы в борьбе с незаконным использованием авторского права (ст. 1-3). Вступило в силу для Республики Беларусь 4 декабря 1997г. [11].

«Договор Всемирной организации интеллектуальной собственности по исполнениям и фонограммам» (Женева, 20 декабря 1996г.). В Беларуси вступил в силу 20 мая 2002г. Данный договор был создан в связи с возникшей необходимостью договаривающихся сторон введения новых международных правил, адекватно решающих вопросы интеллектуальной собственности по исполнениям и фонограммам, не умаляя существ-

вующие обязательства, изложенные в Римской Конвенции 26 октября 1961г. [12].

Проанализированные международные правовые акты, регулирующие издательскую деятельность в Республике Беларусь и Китайской Народной Республике, позволяют сделать следующие выводы.

1. Обязательным условием принятия международных актов в сфере издательского бизнеса, как в Республике Беларусь, так и в Китайской Народной Республике, является соответствие положений таких документов требованиям Конституций в обеих странах [13], [14].

2. Присоединение к международной правовой системе, регулирующей издательское дело, началось в Китае в 70-е гг. XX в., когда в стране стала проводиться политика реформ и открытости. Беларусь как независимое государство приступила к соблюдению международных норм с 1993 года, когда Совет Министров принял решение «О правопреимственности Республики Беларусь в отношении к подписанной 6 сентября 1952г. в Женеве Всемирной конвенции об авторском праве».

3. Существующие международные правовые акты позволяют нашим странам налаживать тесное сотрудничество в сфере издательского бизнеса. Об этом свидетельствует один из успешных белорусско-китайских проектов, реализованных Издательским домом «Звезда» в 2013 году [15].

#### *Литература*

1. Закон РБ «Аб выдавецкай справе ў Рэспубліцы Беларусь» [Электронный ресурс] / Национальный интернет-портал Республики Беларусь. – Минск, 2005.

– Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=H11200008&p1=1>. – Дата доступа: 25.10.2014.

2. Бернская Конвенция по Охране Литературных и художественных произведений [Электронный ресурс] / Wikipedia. – США, 2001. – Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/%C1%E5%F0%ED%F1%EA%E0%FF\\_%EA%EE%ED%E2%E5%ED%F6%E8%FF\\_%EE%E1\\_%EE%F5%F0%E0%ED%E5\\_%EB%E8%F2%E5%F0%E0%F2%F3%F0%ED%FB%F5\\_%E8\\_%F5%F3%E4%EE%E6%E5%F1%F2%E2%E5%ED%ED%FB%F5\\_%EF%F0%EE%E8%E7%E2%E5%E4%E5%ED%E8%E9](http://ru.wikipedia.org/wiki/%C1%E5%F0%ED%F1%EA%E0%FF_%EA%EE%ED%E2%E5%ED%F6%E8%FF_%EE%E1_%EE%F5%F0%E0%ED%E5_%EB%E8%F2%E5%F0%E0%F2%F3%F0%ED%FB%F5_%E8_%F5%F3%E4%EE%E6%E5%F1%F2%E2%E5%ED%ED%FB%F5_%EF%F0%EE%E8%E7%E2%E5%E4%E5%ED%E8%E9). –Дата доступа: 20.12.2014.

3. Stephanie L. Sgambati. China's Accession to the Berne Convention: Bandaging the Wounds of Intellectual Property Piracy in China [Электронный ресурс] / Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law journal; volume III book 1. – Berkeley: The Berkeley Electronic Press, 1992. – Режим доступа: <http://ir.lawnet.fordham.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1033&context=iplj>. – Дата доступа: 10.10.2014.

4. Всемирная Конвенция об авторском праве [Электронный ресурс] / Wikipedia. – США, 2001. – Режим доступа:

[http://ru.wikipedia.org/wiki/%C2%F1%E5%EC%E8%F0%ED%E0%FF\\_%EA%EE%ED%E2%E5%ED%F6%E8%FF\\_%EE%E1\\_%E0%E2%F2%EE%F0%F1%EA%E%EC\\_%EF%F0%E0%E2%E5](http://ru.wikipedia.org/wiki/%C2%F1%E5%EC%E8%F0%ED%E0%FF_%EA%EE%ED%E2%E5%ED%F6%E8%FF_%EE%E1_%E0%E2%F2%EE%F0%F1%EA%E%EC_%EF%F0%E0%E2%E5). – Дата доступа: 20.12.2014.

5. Other IP Treaties [Электронный ресурс] / WIPO. – Режим доступа: [http://www.wipo.int/wipolex/en/other\\_treaties/remarks.jsp?cnty\\_id=2520C](http://www.wipo.int/wipolex/en/other_treaties/remarks.jsp?cnty_id=2520C). – Дата доступа: 25.10.2014.

6. Конвенция об обмене официальными изданиями и правительственными документами между государствами [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby/mdogov/megd4884.htm>. – Дата доступа: 01.02.2013.

7. Конвенция о мерах, направленных на запрещение и предупреждение незаконного ввоза, вывоза и передачи права собственности на культурные ценности [Электронный ресурс] / WIPO. – Режим доступа: [http://www.wipo.int/wipolex/ru/other\\_treaties/text.jsp?file\\_id=218610](http://www.wipo.int/wipolex/ru/other_treaties/text.jsp?file_id=218610). Дата доступа: 20.12.2014.

8. Соглашение ТРИПС [Электронный ресурс] / WIPO. – Режим доступа: [http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file\\_id=329636/](http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file_id=329636/) – Дата доступа: 25.10.2014.

9. Договор ВОИС по авторскому праву [Электронный ресурс]. – 2006. – Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby/mdogov/megd3407.htm>. – Дата доступа: 09.11.2014.

10. Международная конвенция об охране прав исполнителей, производителей фонограмм и вещательных организаций [Электронный ресурс]. – 2006. – Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby/mdogov/megd4869.htm>. – Дата доступа: 09.11.2014.

11. Соглашение о сотрудничестве в области охраны авторского права и смежных прав [Электронный ресурс]. – 2006. – Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby/mdogov/megd4186.htm>. – Дата доступа: 09.11.2014.

12. Договор ВОИС по исполнениям и фонограммам [Электронный ресурс]. – 2006. – Режим доступа: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby/mdogov/megd3408.htm>. – Дата доступа: 09.11.2014.

13. Constitution of China [Электронный ресурс] / Офиц. информация Всекитайского собрания народных представителей. – Пекин. – Режим доступа: [http://www.npc.gov.cn/englishnpc/Constitution/node\\_2824.htm](http://www.npc.gov.cn/englishnpc/Constitution/node_2824.htm). – Дата доступа: 25.10.2014.

14. Конституция РБ [Электронный ресурс] / Национальный интернет-портал Республики Беларусь. – 2005. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=K91300878&p1=1&p5=0>. – Дата доступа: 25.10.2014.

15. Пад крыламі Дракона: Сто паэзаў Кітая [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://zviazda.by/kniga/pad-krylami-drakona-sto-paeta%D1%9E-kitava>. – Дата доступа: 06.01.2015.

## **ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ КАЗАХСТАНСКОЙ ГАЗЕТНОЙ ПЕРИОДИКИ**

Как известно, 1 января 2015 года вступил в силу договор, положивший реальное начало истории Евразийского экономического союза, этого проекта интеграции, целью которого является объединение на основе экономических интересов стран, образовавшихся посредством распада СССР. Однако гораздо больше времени насчитывает история оценок этого события, начиная от возникновения самой идеи, высказанной около 20 лет назад президентом Казахстана Н. Назарбаевым. И далеко не последнюю роль в этих оценках играли и продолжают играть СМИ, которые, с одной стороны, отражают общественное мнение, с другой, видоизменяют его, деформируют, насаждая определенные идеологемы.

Сейчас уже совершенно определенно можно утверждать, что западные СМИ в своем большинстве заняли позицию неприятия феномена ЕАЭС. Причем в позициях этих СМИ прослеживаются две основные стратегии аргументации, которые можно, на наш взгляд, обозначить как скептическую и алармистскую. Последнее имеет отношение к популярному ныне термину алармизм (от фр. *alarm* – тревога – к оружию!), означающему умонастроение, характеризующееся беспокойством, представлением будущего человечества, отдельной страны или какого-то международного объединения в крайне пессимистических тонах и при этом убеждение в том, что упредить неминуемую катастрофу смогут только чрезвычайные меры. Самым свежим примером алармистской «страшилки» по отношению к феномену ЕАЭС может стать опубликованная в первых числах января 2015 года влиятельной французской газетой «Монд» статья под красноречивым оценочным заголовком «Имперские» амбиции Москвы обрекают Евразийский Союз на провал» [1]. Автор материала абсолютно уверен в том, что ЕАЭС плохо скрывает реальные неоимпериалистические намерения России, «униженной наследницы», ностальгирующей о разрушенном советском величии. Французский журналист не сомневается в том, что Союз был обречен на провал еще до своего возникновения, потому что он основан на реваншистских чувствах и руководствуется, скорее, геополитическими, нежели экономическими соображениями.

Подобные публикации звучат в унисон той части общественного мнения, которая имеет место и в Казахстане. Однако отметим, что в отличие от западных СМИ, алармистское восприятие ЕАЭС не стало определяющим в СМИ РК, несмотря на неоднократные попытки некоторых «патриотов» казахстанской государственности активизировать в народе настроения неминуемости катастрофы, которая приведет к утрате Казахстаном независимости, и единственной ее альтернативе – отказе страны от ЕАЭС. Развернутое в сети интернет голосование в связи с публикацией некой инициативной группой обращения, призывающего бойкотировать экономический союз [2], не спровоцировало народной активности, застолбившись на ничем не аргументированной, а потому подозрительно круглой цифре 10000, означающей, надо полагать, количество казахстанских противников ЕАЭС.

Анализ публикаций казахстанской печатной периодики 2014 года демонстрирует то, что в прессе РК к феномену ЕАЭС не было однозначного отношения, однако разброс оценок распределился не между принятием и непринятием, а между оптимизмом и скепсисом. Причем большинство материалов было нацелено на объективное представление различных восприятия ЕАЭС, дав тем самым возможность читателю сформировать собственное мнение.

Аналогичный подход стал определяющим и при отражении в прессе факта начала непосредственной практической деятельности ЕАЭС 1 января 2015 года. Из республиканских газет только «Казахстанская правда», позиционирующая себя как общенациональная газета и главный источник деловой и официальной информации страны, дала этому факту однозначно позитивную оценку: «Это грандиозный международный проект, обеспечивающий свободу движения товаров, услуг, капиталов и рабочей силы по территории Казахстана, России и Беларуси» [3]. Кстати, именно на интернет-сайте этой газеты с недавних пор функционирует постоянный раздел, так и обозначенный «ЕАЭС».

Иначе отреагировала на интересующий нас информационный повод казахстанская республиканская общественно-политическая газета «Время», обозначив свою позицию уже в оценочном заголовке «ЕАЭС: хочешь не хочешь, а хотеть надо!», нацеливающим читателя, надо полагать, прежде всего, на то, что ЕАЭС – факт свершившийся, а потому не имеет смысла принимать или отвергать это международное объединение, но есть смысл порассуждать о его перспективах. А потому в своем материале газета предоставила возможность высказаться экспертам из заинтересованных стран. П. Своику – авторитетному и независимому казахстанскому аналитику: «То, что с 1 января это объединение заработает на полную мощность, – заблуждение. О его запуске будет объявля-

но, оно будет функционировать, но 1 января каждого последующего года ЕАЭС будет спотыкаться об отсутствие общих правил и законов и общих органов, которые бы их исполняли».

В позиции руководителя белорусского независимого аналитического центра ЕсооМ С. Мусиенко акцентировано то, что ЕАЭС и ЕС становятся заложниками отношений России и США: «Так что, когда у наших основных торговых партнеров в России или на Украине уровень девальвации национальных валют достигает 180 и 200 процентов соответственно, это сказывается на нас существенно».

Совпадает по настроению и точка зрения другого белорусского эксперта – кандидата политических наук, доцента кафедры политологии Белорусского государственного университета В. Шимова: «Когда ЕАЭС сможет эффективно заработать, покажет время. Полагаю, что на первых порах организация столкнется с серьезными трудностями, связанными с несогласованностью действий стран-участниц как в экономической, так и в политической сфере».

Радужного оптимизма нет и в позиции российского аналитика – заведующего отделом социальных и политических проблем XX века Института всеобщей истории РАН А. Улуяна: «Я думаю, что в ближайшие полгода следует ожидать серьезных проблем в рамках создаваемого объединения, если не произойдет позитивных изменений во взаимоотношениях России с ЕС и Западом в целом. Судя по событиям сегодняшнего дня, мне кажется, есть признаки того, что у России появился шанс изменить свои взаимоотношения с внешним миром. Но это только признаки. Все зависит от руководства Российской Федерации. <...> Если под угрозой подразумевать распад ЕАЭС, то я не думаю, что это произойдет. Что касается обособления его элементов – это факт. Поскольку взаимоотношения России с Белоруссией носят специфический характер. То же самое касается и Армении, которая в экономическом плане находится сейчас в безвыходном положении. И то, что Киргизия вступила в ЕАЭС в нынешний период, не исключает определенных политических трудностей у этой страны. Потому что во всех этих странах есть определенные силы, которые ориентируются на другие принципы и идеалы и хотели бы иметь других, нежели Россия, партнеров».

Знаменательно то, что эту подборку точек зрения аналитиков трех стран-участниц ЕАЭС газета завершает на иной эмоциональной ноте, представив в итоговом финале точку зрения руководителя аналитического отдела Информационно-аналитического центра по изучению постсоветского пространства (ИАЦ МГУ), исполнительного директора политологического центра “Север-Юг” Ю. Якушевой: «Запуск ЕАЭС не окажет негативного влияния на взаимоотношения стран-участниц ново-

го интеграционного объединения с Западом и, в частности, с Евросоюзом, так как ЕАЭС не является антиподом или противовесом ЕС». По ее мнению, ЕАЭС – это попытка создать собственное сильное объединение со своими правилами игры, которое в перспективе может стать мостом между постсоветским и европейским рынками». Такая финальная точка в ключевом газетном материале позволяет предположить то, что в целом позиция издания все-таки склоняется в большей степени к позитивной оценке нового международного экономического объединения.

В другой республиканской общественно-политической казахстанской газете «Литер» 6 января 2015 года один из значимых материалов, касающихся ЕАЭС, озаглавлен «Наступивший год принесёт новые краски в уже известную палитру социально-экономической жизни республики». Авторы публикации О. Сидоров и М. Торенбаева, начав с констатации очевидных фактов, касающихся аспектов деятельности ЕАЭС, очень осторожно, без проявления явной оценочности переходят к обозначению трендов: «Что касается потенциала и результатов эффективности существования стартовавшего в начале 2015 года ЕАЭС, то сегодня можно делать только предварительные расчеты». Осторожность в проявлении авторской позиции этого аналитического материала демонстрируется в публикации и с помощью приема привлечения авторитетного мнения в лице трех значимых персон – эксперта центра геополитических исследований «Берлек – Единство» А. Чекрыжова, заведующей отделом экономики Института стран СНГ А. Мигранян, официального представителя МИД КНР Хуа Чуньин. Причем, точка зрения китайского аналитика становится, на наш взгляд, определяющей в общем позитивном пафосе этого материала: «Страны – учредители ЕАЭС являются хорошими друзьями Китая. Мы приветствуем отношения, направленные на развитие экономического сотрудничества и поддерживаем стороны в совместном развитии на основе принципов взаимного дополнения, целесообразности и совместного участия. Китай намерен развивать сотрудничество с ЕАЭС в целях развития региона».

Таким образом, обращение к материалам трех авторитетных и популярных в Казахстане республиканских газет позволяет констатировать в большей степени спокойное рабочее отношение к интеграционным инициативам ЕАЭС. Использование приема обмена авторитетными мнениями дает возможность изданиям приобщить читателей к деловым концептам позиционирования экономического союза, обозначить его значимые и неоднозначные аспекты.

### *Литература*

1. Имперские» амбиции Москвы обрекают Евразийский Союз на провал [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://russian.rt.com/inotv/2015-01-06>. – Дата доступа: 06.01.2015.
2. Обращение против вступления Казахстана в Евразийский экономический союз [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.onlinepetition.kz/789606/petition.html>. – Дата доступа: 05.01.2015.
3. Вступил в силу договор о Евразийском экономическом союзе [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: [Kazpravda.kz](http://Kazpravda.kz). – Дата доступа: 05.01.2015.
4. Бахтигареев, Р. ЕАЭС: хочешь не хочешь, а хотеть надо! / Р. Бахтигареев // [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://www.time.kz/articles/ugol/2014/12/25/eaes-hochesh-ne-hochesh-a-hotet-nado>. – Дата доступа: 05.01.2015.
5. Сидоров, О. Наступивший год принесет новые краски в уже известную палитру социально-экономической жизни республики / О. Сидоров, М. Торебаева // [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://liter.kz/ru/articles/show/6026>. – Дата доступа: 05.01.2015.

**Кхан Мд Абдул Кабил**

*Российский университет дружбы народов,  
Москва, Россия*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕДАКЦИЙ ГАЗЕТ В БАНГЛАДЕШ В УСЛОВИЯХ МЕДИА КОНВЕРГЕНЦИИ**

Интернет средства массовой информации (СМИ) составляют часть медиа индустрии, которая сегодня характеризуется ключевым словом «конвергенция». Технологическое развитие, лежащее в основе процесса конвергенции СМИ, привело к новым явлениям в медиаэкономике и журналистике. Сегодня конвергенция не только доминирует в теории журналистики и практике медиаменеджмента, но и кардинально меняет подходы к сбору, созданию, распространению и управлению информацией, формирует новые модели, способствует возникновению новых сетевых СМИ. В результате изменений традиционных СМИ сегодня газеты, радио, телевидение и интернет функционируют в мультимедийной среде, где и происходит их сближение, выражающееся в слиянии технологий, медиарынков, других явлений.

Конвергенция – это важнейшая тенденция в развитии современных газетных редакций в разных странах и в том числе в Бангладеш. Интерес к этой теме только растет. Периодически публикуются научные работы зарубежных экспертов. Следует отметить, что Всемирная газетная

ассоциация (World Association of Newspapers) уделяет огромное внимание развитию печатных изданий в условиях медиаконвергенции. Отметим также, что конвергентные редакции создаются, как правило, на базе редакции газеты. Именно поэтому автор и предлагает рассмотрение темы конвергентной журналистики на примере газетных редакций.

В Бангладеш медиаконвергенция набирает популярность. Однако в стране в целом все эти процессы трансформации деятельности СМИ мало изучены. Недостаточно выпускаемых изданий, в которых была бы дана подробная информация о развитии и состоянии газетных редакций в условиях конвергенции в стране.

Что представляет собой конвергенция в медиаиндустрии, какие процессы конвергенции наблюдаются в медиасистеме Бангладеш, какая должна быть конвергентная редакция, каков ее состав, какие особенности развития имеет данный процесс в Бангладеш. Именно эти вопросы будут затронуты в ходе исследования.

Современное определение журналистики сложно представить без понятия «конвергентная журналистика». Это то, к чему на сегодняшний день приходят все ведущие СМИ Бангладеш. Все лидирующие СМИ не ограничиваются созданием своего сайта или страниц в социальных сетях, а двигаются дальше и выпускают мобильные приложения, позволяющие своим читателям становиться мобильными репортерами.

Перед тем, как говорить непосредственно о конвергентной журналистике, стоит сказать об истоках данного понятия. В последнее время конвергентная журналистика постоянно обсуждается как в академических, так и в журналистских кругах. Среди исследований в Бангладеш мало кто затрагивал вопрос о конвергенции СМИ. Только в 2013 году в Москве опубликована книга «Бангладеш: История и тенденции развития традиционных и новых медиа», в которой описывается развитие и состояние новых видов СМИ, использование социальных сетей в работе журналиста. Подобные издания не рассматривают вопросы создания мультимедийного контента для интернет-сайта СМИ. Однако в стране сегодня бурно развивается корпоративный медиабизнес, количество интернет-СМИ растет и все большую популярность приобретает использование цифровых СМИ [1].

Слово «конвергенция» некоторые американские авторы часто употребляют и для характеристики какого-либо сотрудничества, взаимодействия между различными СМИ, и в этом случае также называют такое сотрудничество как конвергенцией, так и интеграцией. Конвергенция (от лат. *Convergere – приближаться, сходиться*) – термин, который изначально использовался в биологии, этнографии и языкознании для обозначения процессов схождения и взаимоуподобления. В этой связи уже в

1950-х годах западные социологи и философы начали употреблять понятие конвергенции в общественно-политических науках.

В исследовании А. Г. Качкаевой по проблемам журналистики и конвергенции отмечается, что конвергентная журналистика имеет такие основные отличия от журналистики традиционной, как новые подходы к содержанию, формированию редакций и распределению ролей, а также использование инструментария на основе интернет-технологий [2].

Необходимо привести еще одно значение термина «конвергенция», которое обозначил профессор Массачусетского технологического университета Итьель де Сола Пул, который считает, что конвергенция – это, прежде всего, «стирание границ между медиа как средствами обоюдной коммуникации, такими, как телефон, почта, телеграф, и такими средствами массовой коммуникации, как пресса, радио и телевидение» [3].

В этой связи можно сделать вывод, что термин конвергентные СМИ представляет собой соединение элементов различных типов СМИ в едином продукте для передачи по различным каналам связи, объединенным на интегрированном медиарынке сетевым обслуживанием и мультимедийными услугами.

В быстро развивающемся информационном пространстве традиционные средства информации вынуждены были использовать новые технологии для поддержания своего имиджа в современном обществе. Некоторые интернет-СМИ в Бангладеш сегодня создали у себя конвергентные редакции или как часто их называют интегрированными, мультимедийными. Это – редакция нового типа, организационный смысл которой заключается в том, что один журналистский коллектив производит информацию одновременно для разных платформ СМИ: бумажной газеты, журнала, сайта, радио- или телеканала, с учетом специфики каждого, и создает не только текстовой, но и фото, аудио-видеоконтент.

Конвергентная редакция пришла к нам из-за рубежа, где была апробирована на базе традиционных медиа: телевидения и печатной прессы. Такую форму работы начали практиковать примерно с 2006 года. По крайней мере, тогда о смене формата работы заявила редакция «Financial Times». Затем в разное время реорганизацию провели британские группы «Gurdian Media Group», «News International», американская газета «NewYork Times».

Большинство редакций в Бангладеш перешли к использованию компьютерных технологий к концу 80-х—началу 90-х гг. В конце 90-х годов все ведущие газеты создали свои веб-версии для пользователей интернета. Большинство газет уже доступно в электронном виде. Для бангладешских медийщиков это началось примерно в 2006 году. Имен-

но в том году в стране появилась первая интернет-газета «Bdnews24.com», которая изменила формат работы редакции.

Особенностью развития процесса конвергенции в Бангладеш является то, что основной акцент газетные редакции делают на распространении контента по всем возможным медиа платформам. В Бангладеш многие медиакомпании уделяют больше внимания использованию инновационных технологий. За последние несколько лет в стране появилось много интересных примеров использования СМИ технических достижений в сфере передачи информации. Активно развивается видеоконтент на сайтах газет, используются мобильные платформы и создаются приложения на базе iOS и Android. Отмечается тенденция к созданию интернет-новостных порталов с помощью пользовательского контента.

Тенденции развития редакций газет Бангладеш в условиях процесса конвергенции осуществляются в основном посредством интеграции печатных газет в интернет платформах. К этим двум медиа платформам следует добавить также мобильную, развитию которой бангладешские газеты оказывают большое внимание. Рынок мобильной индустрии в стране растет очень быстрыми темпами. Жители Бангладеш начали использовать мобильные телефоны с 1993 года и количество пользователей сегодня составляет 118.493 млн. По последним данным министерства почты и телекоммуникации, 94% пользователей приходят в интернет с помощью мобильных телефонов [4]. Наша страна занимает десятое место по количеству пользователей мобильной связи. Мобильные телефоны быстро стали популярными.

Редакции ведущих национальных газет: «Протхом Ало» (Prothom Alo), «Иттефак» (Ittefaq), «Джугантор» (Jugantor) и «Нью Эдж» (New Age) успешно используют современные инновационные технологии в области конвергентной журналистики. Они выставляют на своих сайтах цифровые варианты печатной продукции. Еще в 2007 году интернет-газета «bdnews24.com» начала предоставлять услуги новостей в виде SMS сообщений для пользователей мобильного оператора «Grameen Phone», отправляя SMS на короткий номер. Сегодня газетные новости можно слушать на мобильном телефоне. Следует отметить, что популярный мультимедийный новостной сайт «Banglanews24.com», интернет-новостной портал «Bdnews24.com» и национальная газета «Prothom Alo» являются самыми раскрученными в сфере конвергентной журналистики в Республике Бангладеш. В них присутствуют практически все современные интерактивные контенты.

Издающаяся в Дакке «Протхом Ало» (Prothom-alo) – одна из крупнейших ежедневных газет в стране. Ее тираж составляет 400 тыс. эк-

земпляров. 7 ноября 2014 года она отметила свое 16-летие. Эта самая крупная газета в мире на языке бенгали. Интернет-портал «Протхом Ало» появился в 1998 году и с 2013 года сайт работает в режиме 24/7. Пользователи из более чем 210 стран мира читают ее через интернет. Сегодня газета достигла, пожалуй, самых больших успехов в освоении мобильной платформы. «Протхом Ало» называют лидером на рынке мобильного контента.

Предвидя, что некоторые читатели будут использовать мобильный телефон, чтобы зайти на сайт газеты, издание предложило услугу доставки новостей по мобильному телефону еще в 2000 году и быстро получило популярность. «Протхом Ало» стала первым ярким примером в стране для предоставления новостей подобного рода, набирая номер 2221 всех четверых крупных мобильных операторов Бангладеш. По данным редакции, каждый день несколько тысячи пользователей пользуются этой услугой.

Газета выбрала стратегию доставки новостей и других услуг по мобильному телефону в надежде, что это привлечет читателей. Мобильная версия «Протхом Ало» (<http://m.prothom-alo.com>) полностью совпадает с печатной версией и предлагает пользователям последние новости. Сайт мобильной версии обновляется в режиме изменения основного сайта (<http://www.prothom-alo.com>). Помимо новостей, в мобильной версии доступны мультимедийные контенты: фото и видео.

Чтобы привлечь как можно больше пользователей к мобильному сервису, в редакции выбрали стратегию разработать новых платформ. У газеты появились приложения для iPad, Iphone и подобных портативных устройств на базе Android и Windows phone. Доступ к приложениям бесплатный. Значимые обновления сайта и приложений были сделаны в 2014 году. Именно этот год газета объявила для себя как «цифровой». Приложение дает доступ к последним новостям. Есть возможность поделиться информацией по e-mail, «Facebook» и «Twitter». Однако многие пользователи написали отрицательные отзывы. Приложение грузится очень долго и иногда не открывается. А также нет функции отправления пользовательских контентов (текстовые, фото-видеоматериалы) через приложения, как это практикуют сегодня многие мировые СМИ. С помощью новых платформ руководство газеты надеется привлечь молодёжную аудиторию.

Как и большинство зарубежных изданий, бангладешские издания предлагают читателям получать на мобильный телефон последние новости, новости бирж, информацию спортивного и развлекательного характера. Так, например, мобильная версия «bdnews24.com» позволяет получать последние новости Бангладеш, из-за рубежа, политики, эко-

номики, спорта, культуры, технологий, шоу-бизнеса. Сегодня почти все центральные газеты имеют E-paper версии. Они полностью совпадают с печатной версией. Англоязычная газета «Дака Траибун» (Dhaka Tribune) использует бесплатный интернет-ресурс «Issuu». Как известно, Issuu – это онлайн-платформа для создания, хранения и просмотра веб-публикаций pdf-документов. За последние 2-3 года у всех крупных национальных изданий появились приложения для смартфонов на базе операционных систем iOS и Android. Подписка на всех приложений бесплатная. Однако пока только некоторые успели разработать приложений для планшетов.

Газета «Протхом Ало» одна из первых среди бангладешских СМИ, которая разработала и запустила приложение для iPad. Оно является бесплатным для скачивания. Как правило, iPad-версия дает доступ ко всем газетным материалам и статьям сайта. Оно предлагает постоянно обновляемые публикации в хорошо продуманном, легком для навигации формате. Новостные материалы удобны для чтения, у пользователя есть возможность поделиться новостями через «Twitter», «Facebook» или E-mail.

У газеты «[banglanews24.com](http://banglanews24.com)» есть бесплатное приложение для мобильных устройств на базе iOS и Android. В приложении для Android очень хорошо реализована визуальная составляющая. 6 ноября 2014 года произошли многие изменения при обновлении версии 2.2.1. На дисплее представлены все самые последние новости, которые сопровождаются фотографиями. Приложение быстро грузиться и легко в управлении. Оно поддерживает 10 дюймовые, 7 дюймовые планшеты и смартфоны. Появилась кнопка сохранения новостей, можно заложить закладку, чтобы вернуться к чтению материалов позже. Новое приложение дало возможность поделиться материалами через социальные сети «Facebook», «Twitter», «Google+» и многие другие. Есть и недостатки. Нет раздела «фотоальбом», где мог быть представлен фоторепортаж. Не отправляются уведомления пользователям о срочных новостях, как это практикуется многими мировыми СМИ. После обновления приложения не появляются функции оставления комментариев к статьям и пока не открываются некоторые разделы. Например: политика, в стране, мир, экономика, спорт. Что касается kindle и PDA версии, то бангладешские газеты пока не используются этими платформами.

Как одна из ведущих тенденций развития мировой журналистики – конвергенция – получила свое развитие и в Бангладеш. В связи с технологическим развитием и высоким уровнем информационного многообразия, которого наше общество достигло за последние годы, перед бангладешскими и зарубежными учреждениями высшего профессио-

нального образования встала задача подготовки квалифицированных кадров в области конвергентной журналистики, которая становится сегодня одним из важных направлений подготовки специалистов для работы в средствах массовой информации. В связи с необходимостью подготовки специалистов в области конвергентной журналистики в бангладешских высших образовательных учреждениях возникает ряд довольно острых вопросов.

Раньше специализация давала возможность студентам изучать направления телевидения, радиовещания или периодической печати достаточно глубоко и оставлять вне поля изучения то, что выходило за рамки специализации. Однако теперь конвергентному журналисту будет необходимо одновременно обладать навыками подготовки сюжетов для телевидения и радиовещания, сообщений для информационных агентств в интернете, в мобильной платформе и текстов для периодической печати. Например, в газете или журнале он теперь должен уметь не только собирать информацию и писать тексты, но и работать с фото-, аудио- и видеотехникой, быть способным самостоятельно снимать и монтировать репортажи и еще иногда вести свой блог. В большинстве бенгальских изданий, журналисты печатной версии пишут для сайта, но видеоматериалы их делать не обязывают. Многие издания имеют интернет-отдел: есть издания, в которых сегодня от газетчиков не требуют готовить материалы для сайта.

Помимо фотографии, на сайтах бангладешских газет доступны высокого качества видео репортажи. Так, например руководство газеты «Протхом Ало» в обязательном порядке требует от журналистов работать на разных платформах. За последние несколько лет у газеты увеличилось число сотрудников, занимающихся созданием видеоматериалов. В 2014 году в интернет-отдел пришли профессиональные программисты, операторы и монтажеры. Разработали свой Flash видеопроигрыватель (<http://www.prothom-alo.com/video>). Раньше видеоролики добавлялись на официальном канале «Youtube». Теперь на сайте газеты периодически появляются разные видеоклипы, часто отснятые сотрудниками интернет-версии. В самом крупном новостном портале «Banglanews24.com» с развитием собственного интернет-радио (<http://www.banglanews24.com/beta/radio24>) набрали новых сотрудников. В радиослужбе работают как минимум 5 человек.

Говоря о сложностях в подготовке конвергентных журналистов, нельзя не упомянуть и те различия, которые существуют в этой области в Бангладеш и за рубежом. Сегодня практически все СМИ сталкиваются с тем, что многие сотрудники достаточно болезненно воспринимают нововведения. Как рассказывают многие журналисты из разных изданий

Бангладеш, они сталкиваются с теми же трудностями, что и в других странах. Прежде всего, с тем, что журналистам, привыкшим работать в определенном ритме, очень сложно смириться с новыми реалиями.

Современный мир изменился. Сейчас для потребителей создается столько медиаконтента, которого не было еще 15 лет назад. Сегодня основной тренд распространения контента на самых разных носителях – в печатной форме, в интернете, на радио, телевидении, мобильные сервисы. По сравнению с западными СМИ средства массовой информации Бангладеш несколько отстают в использовании современных технологий. Однако они пытаются сделать все возможное, используя мировой опыт в подготовке по конвергентной журналистике и распространении новостей с учетом потребностей пользователей. В стране только ведущие национальные газеты и крупнейшие интернет-порталы используют переход к новейшим технологиям.

Как видим, в Бангладеш в работе редакций газет в условиях процесса конвергенции большую роль играют мобильные платформы. Доступ мобильных телефонов и низкие цены интернета привлекают новых пользователей. Широкую популярность получили мобильные сайты из разных изданий. На сегодняшний день в стране многие газеты используют мобильные платформы для распределения своего контента. В ходе исследования выяснилось, что мобильный сайт «Протхом Ало» считается один из наиболее продвинутых мобильных сайтов страны.

Таким образом, мы приходим к выводу, что в Бангладеш редакции многих газет сегодня применяют в своей работе информационные технологии при создании новых контентов. Приведенные выше примеры специфики развития процесса конвергенции в Бангладеш заключается в том, что основной акцент редакции газет делают на контенте во всех возможных медиаплатформах.

#### *Литература*

1. Abdul K. K & Zenebe K. T. Bangladesh: History & development tendency of mainstream media & new media/. – Moscow, Novel Press, 2013. – P. 36-70.
2. Кирия, И. Мультимедиа и новые принципы новостей / И. Кирия // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в конвергентные / под ред. Качкаевой А.Г. – М., 2010. – С. 16-17.
3. De Sola Pool, I. Technologies of Freedom. – Cambridge: Belknap Press; First Edition, 1983, – 344 p.
4. The Bangladesh Telecommunication Regulatory Commission (BTRC). Internet & Mobile subscribers numbers [Available ]. – URL: <http://www.btrc.gov.bd/>
5. Интернет-журналистика: Практическое руководство / М. А. Уланова. – Москва: ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014. – 225 с.

## **ОСВЕЩЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ФОРУМОВ И ПРОЕКТОВ В БЕЛОРУССКИХ СМИ**

В проекте Концепции Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2030 (НСУР-2030) цели, этапы и сценарии перехода страны к зрелому гражданскому обществу и инновационному развитию экономики определены при обязательной гарантированной благоприятности окружающей среды, достаточности ресурсов для будущих поколений. В документе отмечается, что целью «сохранения биологического и ландшафтного разнообразия является предотвращение сокращения биологического разнообразия, сохранение генетических ресурсов, восстановление и устойчивое функционирование экологических систем для выполнения ими обеспечивающих, регулирующих, поддерживающих, культурных экосистемных услуг» [3].

Сегодня проблемы рационального использования, охраны животного и растительного мира, восстановления трансформированных естественных экосистем выдвигаются в разряд первоочередных. В этой связи освещение хода реализации проекта Программы развития ООН и Глобального экологического фонда (ПРООН/ГЭФ) «Управление торфяниками на основе ландшафтных подходов с целью получения многосторонних экологических выгод» («Торфяники-2») является действенным вкладом СМИ Беларуси в экологическое просвещение населения, повышение осведомленности жителей всех регионов страны о важности сохранения здоровой природы для будущих поколений. Напомним, этот международный проект реализуется совместно с Министерством природных ресурсов и охраны окружающей среды с марта 2013 года по сентябрь 2017 года. Бюджет проекта – 3 090 000 долларов США. Одной из основных задач проекта является разработка Национальной Стратегии и Схемы рационального использования торфяных месторождений и охраны торфяных болот на период до 2030 года. Уже подготовлены инженерные проекты для повторного заболачивания более 7 000 га нарушенных торфяников в Могилевской, Минской, Гродненской и Витебской областях. Эти торфяники практически не используются для нужд сельского хозяйства, являются непродуктивными, зарастают кустарником и представляют скрытую пожарную опасность. Выполнение работ по заболачиванию принесет выгоду, как для биологического разнообразия, так и для сельского хозяйства. Партнерами проекта также являются Министерство лесного хозяйства, Национальная академия наук Белару-

си, Министерство сельского хозяйства и продовольствия, Государственное научно-производственное объединение «Научно-практический центр НАН по биоресурсам», Березовский районный исполнительный комитет, Лидский лесхоз, общественная организация «Ахова птушак Бацькаўшчыны». Уже сам список участников проекта открывает широкие возможности журналистам для установления контактов, договоренностей о будущих интервью и выборе актуальных тем для встреч.

Однако это редко происходит. Существенным недостатком значительной части белорусских медиа является весьма поверхностное освещение экологических конференций и мероприятий, проводимых по инициативе международных проектов. К сожалению, практически незамеченной или мало замеченной СМИ остается роль Республики Беларусь во всемирных климатических форумах, где широко обсуждаются вопросы принятия нового климатического соглашения, которое должно сменить известный Киотский протокол. Например, в международном климатическом саммите, который состоялся 23 сентября 2014 года в Нью-Йорке, в обсуждении вопросов климатической проблематики активно участвовала белорусская делегация. После ее возвращения редакциями СМИ не был проявлен должный адекватно событию интерес: не было интервью, комментариев, статей. В основном преобладали сообщения информационных агентств. А ведь Беларусь уделяет серьезное внимание вопросам изменения климата. Страна не только участвует во всех основных климатических форумах. Беларусь в прошлом году была представлена на саммитах высокого уровня в Абу-Даби (май, 2014) и в Бонне (июнь, 2014). В 2013 году была принята Государственная программа мер по смягчению последствий изменения климата на 2013-2020 годы.

Нет должного внимания со стороны СМИ и к проводимым в Беларуси мероприятиям с экологической повесткой. Казалось бы, хорошим информационным поводом для публикаций должно было стать заседание в Минске Межгосударственного экологического совета государств – участников СНГ в октябре 2014 года. Этот Совет был образован в мае 2013 года. В Минске состоялось его первое заседание, где были рассмотрены важные вопросы развития сотрудничества в области охраны окружающей среды, проанализирован ход выполнения межправительственных соглашений в области экологии, проблемы и перспективы сотрудничества и утвержден план работы Совета на 2015–2016 годы.

Часто при освещении экологических форумов журналисты охотнее реагируют на сопутствующие им развлекательные мероприятия, чем на содержание дискуссий по актуальной тематике охраны окружающей среды и рационального природопользования. 12-14 сентября 2014

года в Мозыре в рамках Года гостеприимства в Беларуси прошел XII Республиканский экологический форум. Его цель – консолидация и активизация всех слоев общества в решении проблем охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов, максимальное вовлечение населения в экологическое движение, повышение экологической культуры молодежи, пропаганда принципов устойчивого использования природных ресурсов. Программа форума включала в себя выставки, концертную программу с выступлением государственного ансамбля «Песняры» и участников международного конкурса эстрадной песни «Евровидение» разных лет. О них на фоне форума и были сообщения и телесюжеты СМИ. Это и объяснимо: СМИ нужна живая «картинка».

В целом «Торфяники-2» могут служить примером взаимовыгодного сотрудничества менеджмента международного проекта и СМИ. Для журналистов, чтобы привлечь внимание читательской или зрительской аудитории, очень важен весомый информационный повод. В этом смысле исполнители проекта всегда были надежными партнерами СМИ, учитывали их специфику и запросы. Без союзников в лице СМИ многие задачи не могут быть решены полностью в рамках проекта, в частности, по восстановлению торфяников, ранее использовавшихся в лесном и сельском хозяйстве, что положительно сказывается на сохранении биологического разнообразия, снижении выбросов парниковых газов, популяризации рациональных принципов ведения лесного хозяйства.

Отклик у СМИ вызывает ежегодное проведение в Беларуси 5 июня Всемирного дня окружающей среды и организованные по этому поводу менеджерами «Торфяников-2» природоохранные акции, направленные на поддержание популяций редких водно-болотных видов птиц, привлечение через СМИ внимания общественности, в частности, к проблеме сбора и утилизации мусора в местах отдыха. В Смолевичском районе Минской области силами проекта «Торфяники-2» и его партнерами совместно с Минприроды была организована акция «Вернем редким птицам их дом!». Ее участники расчистили от зарослей кустарника место слияния рек Гайны и Усяжи, чем создали условия для формирования новых мест обитания дупеля – вида, включенного в Красную книгу Республики Беларусь. По периметру участка были установлены граничные знаки и стенд, информирующие о режиме охраны данной территории. Были оформлены паспорта охранных обязательств. Расчистка повысила привлекательность этой территории как кормового угодья для других охраняемых видов птиц: черного аиста, орлана-белохвоста, малого по-

дорлика. В ходе акции участвовали и журналисты, которые потом рассказали о ней в своих изданиях.

Одна из проблем, которую помогают решать СМИ в ходе освещения реализации проекта «Торфяники-2» – это борьба с негативными стереотипами в сознании значительной части населения к водно-болотным угодьям. Они и сегодня многими людьми воспринимаются как ненужная или бесполезная данность природы. Такое отношение в психологии людей укоренилось под воздействием советской пропаганды, когда в БССР проводилась массовая мелиорация заболоченных земель под будущую пашню. Борьба с такими стереотипами – задача не одного года. Без участия СМИ ее достижение не представляется возможным в полной мере. Для этого необходимо регулярное информирование населения по данной проблеме, о значении и уникальной роли белорусских болот в мире.

Как известно, 2 февраля ежегодно отмечается Всемирный день водно-болотных угодий – важная дата в международном календаре. Именно 2 февраля 1971 года в городе Рамсар (Иран) была подписана Конвенция о водно-болотных угодьях, имеющих международное значение главным образом в качестве местообитаний водоплавающих птиц. Этот документ сегодня широко известен в мире как Рамсарская конвенция. Беларусь подписала конвенцию в 1999г. и взяла на себя ряд обязательств. Сегодня, согласно документу, в нашей стране охраняется 13 водно-болотных угодий, имеющих международное значение: «Споровский», «Средняя Припять», «Званец», «Ольманские болота», «Освейский», «Ельня», «Котра», «Простырь» и Березинский биосферный заповедник и названные выше «Выгонощанское», «Морочно», «Старый Жаден», «Острова Дулебы - Заозерье». Два белорусских угодья являются элементами трансграничных водно-болотных угодий международного значения «Простырь – Припять-Стоход» (Беларусь – Украина) и «Котра – Чапкеляй» (Беларусь – Литва). Заметим, всего в мире только 16 трансграничных водно-болотных угодий признаны Секретариатом Рамсарской конвенции международно-значимыми. Ежегодно этот Секретариат определяет тематику Всемирного дня водно-болотных угодий. Лозунгом Всемирного дня 2014 года стал «Водно-болотные угодья и сельское хозяйство: партнеры для роста». Данный лозунг акцентировал внимание общественности и СМИ на том, что от благополучия водно-болотных угодий зачастую зависит успешность сельского хозяйства, а применение экологически дружелюбных технологий в земледелии и животноводстве оказывает благотворное влияние на состояние водно-болотных угодий. Накануне 31 января 2014 года в рамках тематики Всемирного дня в Национальном пресс-центре состоялась пресс-конференция «Ре-

шение проблем, связанных с охраной и рациональным использованием водно-болотных угодий». Ее участники получили обстоятельную и по возможности полную информацию по данной проблематике.

В ходе освещения реализации проекта «Торфяники-2» особое внимание журналистами уделяется теме восстановления популяций редких и исчезающих видов птиц, внесенных в национальную Красную книгу. 1 октября 2014г. накануне Всемирного дня мест обитаний в республиканском ландшафтном заказнике «Налибокский» по инициативе менеджеров проекта «Торфяники-2» прошла природоохранная акция Всемирного дня по улучшению мест обитания тетеревиных видов птиц. Этот Всемирный день был учрежден в 1979 году в рамках Конвенции об охране дикой фауны и флоры и природных сред обитания в Европе (Бернская конвенция). Беларусь в 2013г. присоединилась к конвенции и соответственно к празднованию этого международного праздника. Вот как описывает акцию и причины ее проведения популярный в среде охотников и рыбаков журнал «Охота на Белой Руси». «В Налибокской пуще участники мероприятия ознакомились с перспективными механизмами и практикой по сохранению мест обитания пернатого красавца наших лесов глухаря, который в настоящее время отнесен в разряд редких и охраняемых птиц. На акции собрались ученые, представители министерства, республиканских и местных СМИ, группа учащихся средних классов Минской международной школы, где учатся дети сотрудников дипломатических представительств и иностранных учреждений, а также учащиеся Воложинской гимназии» [2].

Акция состоялась в нужное время и в нужном месте. Согласно данной публикации, с начала 1980-х годов количество глухариных токов в Налибокской пуще сократилось в два раза, а самих птиц – более чем в 3 раза. Из 21 тока осталось 14, а из более чем трехсот птиц теперь имеется сотня. Налицо опасность полного исчезновения данной птицы в ближайшей перспективе. Чтобы не допустить этого, проект «Торфяники-2» частично финансировал биотехнические и защитные мероприятия, обозначение участков строгого режима, где находятся глухариные тока. Здесь сегодня запрещаются всякие виды рубок, за исключением санитарных, сбор грибов, ягод, посещение этих участков гражданами, проезд, остановка машин, разведение костров.

Как известно, в соответствии с резолюцией, принятой на 68-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН, 2015 год провозглашен Международным годом почв (МГП), а 5 декабря ООН объявила Всемирным днем почв. Это вызвано тем, что многие страны мира в последние десятилетия столкнулись с опустыниванием и деградацией земель – результатом, как человеческой деятельности, так и природными факторами. Ожида-

ется, что рост населения планеты к 2050 году превысит 9 миллиардов. А это приведет к увеличению глобального спроса на продовольствие, корма и волокна на 60 процентов, что, в свою очередь, еще больше увеличит нагрузку на земельные ресурсы.

Привлечь внимание общественности разных стран к этим проблемам с помощью СМИ, подчеркнуть значение земельных ресурсов для экологии – одна из целей проведения МГП. В Беларуси ее реализацией занялся персонал международного проекта «Торфяники-2» в сотрудничестве с правительственными структурами, научными и общественными организациями. Такое партнерство обусловлено тем, что «Торфяники-2» напрямую занимаются оказанием поддержки в восстановлении нарушенных торфяников, что уже положительно сказывается на сохранении биологического разнообразия, снижении выбросов парниковых газов, минимизации процессов деградации почв. С целью повышения информированности населения о ходе проведения МГП 5 декабря 2014 года в Минске прошла встреча журналистов ведущих СМИ с представителями Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды, НАН Беларуси, представительства ООН в Беларуси и других международных и научных организаций. В ходе встречи заместитель Министра природных ресурсов и охраны окружающей среды И. М. Качановский сделал важное сообщение, растиражированное потом в белорусских СМИ: «Сохранение качества почв является одним из ключевых факторов экономического роста, устойчивого развития сельского хозяйства и обеспечения продовольственной безопасности страны» [1]. Поэтому сейчас идет подготовка проекта Национальной стратегии по борьбе с деградацией земель. По его словам, рост деградации почв, который наблюдается сегодня, ставит под угрозу удовлетворение потребностей будущих поколений.

На это актуальное заявление аналитической статьей откликнулась газета «Веды» – еженедельное научное информационно-аналитическое издание, учредителями которого являются Национальная академия наук Беларуси и Государственный комитет по науке и технологиям. «Только почва способна удовлетворить наши жизненно необходимые потребности. Без нее немыслима жизнь на земле. Вспоминаем ли мы об этом, выходя с плугом в поле, с косой на луг, с пилой в лес? Вряд ли. Иначе не переворачивали бы чуть ли на метр пласт, не срезали бы «под Котовского» траву, не валили бы с корнем деревья. Тем самым, нарушая хрупкий почвенный покров, его животворящую силу – плодородный слой. Восстанавливается он ох как не просто, даже жизни одного поколения на это не хватает. Деградация же почв усиливается. Глобальный

план действий и нацелен на максимальное снижение этой цены для потомков, обеспечения устойчивого использования и защиты почв» [4].

На встрече представителей СМИ также познакомили с рядом международных проектов, которые напрямую касаются сохранения белорусских почв в разных регионах страны. Руководитель проекта «Торфяники-2» А. Артюшевский привел интересные факты и цифры о нынешнем состоянии ранее осушенных белорусских болот, которые могут стать мотивацией для будущих материалов в СМИ, остановился на отдельных аспектах информационно-просветительской работы по вопросам, связанным с ключевой ролью почв на планете, которая представляет собой бесценный ресурс. Для более глубокого вхождения в проблематику Международного года почв журналистам были вручены информационные материалы по теме мероприятия.

У белорусских СМИ сегодня есть широкие возможности своими публикациями, радио и телепередачами оказывать эффективное содействие повышению уровня информированности, экологического образования среди всех слоев общества. СМИ были и остаются трибуной распространения прогрессивных взглядов о важности своевременного сбережения природных богатств Беларуси для сопредельных с ней территорий и стран дальнего зарубежья. В этой связи совершенствование информационного обеспечения реализации крупных экологических форумов и проектов международного значения, касающихся охраны и рационального использования водно-болотных угодий, имеет непреходящую актуальность.

#### *Литература*

1. Архипов, Н. Почва для размышлений / Н. Архипов // Республика. – 2014. – 12 дек. – С. 4.
2. Ботян, М. Пусть здравствует глухарь! / М. Ботян // Охота на Белой Руси. – 2014. – № 10. – С. 15.
3. Концепция национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития республики Беларусь до 2030 года : проект / М-во экономики Респ. Беларусь, Науч.-исслед. эконом. ин-т // Сайт Общественного объединения содействия развитию частного предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://edinstvo-gomel.by/index.php/2013-04-02-07-35-21/900--2030-2030.html>. – Дата доступа : 10.01.2015.
4. Шлома, Н. Прочна ли почва под ногами / Н. Шлома // Веды. – 2015. – 5 янв. – С. 3

## **ВКЛАД СПОРТА ВЫСОКИХ ДОСТИЖЕНИЙ БЕЛАРУСИ В ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ООН**

Одним из методов работы международных организаций по привлечению внимания широкой общественности к своей деятельности является вовлечение в проекты и информационные кампании так называемых «лидеров мнений». Под данное определение попадают известные своими достижениями в стране и мире публичные люди – политики, эксперты, звезды светской хроники, а также спортсмены. Регулярно появляясь на экранах телевизоров и в заголовках статей популярных изданий, они пользуются большим вниманием и очень часто авторитетом у аудитории, а, следовательно, их мнение воздействует на общественное сознание в большей степени, чем мнение никому не известных людей. Зачастую голос знаменитости оказывает значительное влияние на определенную аудиторию и, может быть, более сильным по своему воздействию, чем мнение представителя правительства или какой-либо организации.

При разработке долгосрочных информационных кампаний крупные международные организации, в частности, ООН, все чаще используют в качестве «лидеров мнений» представителей спорта высоких достижений. На это есть несколько причин. Прежде всего, история каждого успешного спортсмена – это история человека, преодолевшего лимит собственных возможностей, добившего успеха путем упорного труда и регулярных тренировок. Такая модель поведения идеальна для создания мотивирующего образа. Также спортивная сфера напрямую связана с заботой и бережным отношением к главному человеческому ресурсу – здоровью. Поэтому всемирно известные спортсмены являются для молодого поколения образцом для подражания. Еще одна причина – это «медийность» спортсменов. Средства массовой информации регулярно освещают разные стороны их жизни: как профессиональную, так и личную. Поэтому участие звезды большого спорта в благотворительном проекте или общественной инициативе не остается без внимания журналистов, что обеспечивает организации рекламу и информационную поддержку.

В формировании дружественного информационного пространства партнерства от Владивостока до Лиссабона значительную роль играет деятельность ООН по привлечению спортсменов, достигших выдаю-

щихся результатов и отмеченных почётным званием Организации Объединённых Наций – Посол доброй воли. Среди спортсменов, wybranыми послами ООН в разное время, становились такие знаменитости, как российский шахматист Анатолий Карпов, футболисты Зинедин Зидан, Криштиану Роналдо и Дидье Дрогба, боксер-тяжеловес Мухаммед Али. Послов ООН не так много, но они, благодаря своей славе, популярности и влиянию, помогают распространять идеи ООН в разных частях мира. Мега-звезда кино американская актриса Анжелина Джоли в ранге Посла доброй воли посетила десятки депрессивных регионов планеты с благотворительной миссией. Другие послы ООН ведут работу на национальном и региональном уровнях, например, турецкий певец Муаззес Эрсой, испанский телевизионный комментатор Хесус Васкес, звезда аргентинских «мыльных опер» Освальдо Лапорт.

Всех Послов доброй воли официально назначает Генеральный Секретарь ООН. Как правило, они подписывают контракт на определенный срок. Напомним, Посол доброй воли – обязанность, которую спортсмен выполняет за символическую плату в один доллар в год. Однако стать Послом ООН для спортсмена – великая честь. Прежде, чем занять эту почетную должность, знаменитости необходимо пройти непростую процедуру индивидуального отбора. В первую очередь, учитываются такие качества и данные претендента, как безупречная репутация, уважение в профессиональной сфере деятельности, высокий рейтинг популярности, способность грамотно излагать свои мысли, энергичность и доброжелательность, способность к благородным поступкам. И только затем руководство ООН «принимает окончательное решение по утверждению или не утверждению кандидатуры. Срок пребывания в должности Посла доброй воли – 2 года. В течение этого срока знаменитость должна тратить часть своего времени и энергию на цели деятельности организации» [5]. Сегодня несомненную пользу белорусскому обществу приносят такие прославленные белорусские спортсмены, Послы доброй воли, как Максим Мирный и Дарья Домрачева. На пример их общественной деятельности СМИ стоит обращать постоянное внимание.

Долгое время никто из знаменитостей в ранге Посла доброй воли ООН не проявлял особого интереса к проблемам белорусского общества. Ситуация изменилась в 2002г., когда известный теннисист Максим Мирный занял пост национального Посла доброй воли по ВИЧ/СПИДу в Республике Беларусь. Он был выбран по результатам национального опроса в сентябре 2001 – июле 2002 г.г. целевых групп молодых людей в возрасте 15–30 лет. В обязанности спортсмена входило регулярное информирование молодежи по разным каналам о пагубности поведения, которое ведет к распространению ВИЧ/СПИДа. Про-

паганда здорового образа жизни и призыв к активизации сил общест-венности в борьбе с распространением заболевания – первоочередная задача, на выполнении которой сосредоточился Максим Мирный как Посол доброй воли. С этой целью известный теннисист принял участие в ряде информационных кампаний против ВИЧ/СПИДа, регулярно публично в присутствии представителей СМИ проходил тесты на наличие этого опасного заболевания, снялся в анти-СПИДовских роликах, выступал на концертах и других мероприятиях ООН с призывами заниматься спортом, заботиться о своем здоровье в молодые годы.

Максим Мирный зарекомендовал себя как человек с активной соци-альной позицией, равнодушный к проблемам, существующим в бело-русском обществе. Поэтому 20 ноября 2011г. он был назначен Послом доброй воли Детского Фонда ООН (ЮНИСЕФ), занимающегося эк-стренной международной помощью детям. Сам Максим прокомментиро-вал журналистам свой новый статус следующим образом: «Безусловно, это знаковый момент в моей жизни, потому что, помимо всех моих спортивных достижений, личных, семейных вопросов, это очередной ответственный шаг в моей жизни, к которому я отношусь со всей ответ-ственностью. У меня великолепные отношения с моим отцом, я сам — отец уже троих детей. Поэтому остро ощущаю проблемы детей в мире и, в частности, в Беларуси. Хочу, чтобы жизнь каждого ребенка приоб-ретала гармоничный характер и полноценное развитие. Я намерен при-ложить максимальные усилия в роли Посла доброй воли Детского Фон-да ООН, чтобы воплотить это в жизнь, сделать жизнь детей как можно счастливей».

Официальная церемония назначения Максима Мирного Послом доброй воли состоялась в Светлогорске. После ее завершения Мирный провел полуторачасовой мастер-класс для юных теннисистов детско-юношеской спортивной школы олимпийского резерва №1. Чемпион рассказал молодым спортсменам, как правильно начинать тренировку, что должна включать в себя грамотная разминка, порекомендовал им упражнения, позволяющие повысить реакцию и сконцентрироваться, что значительно улучшит качество подачи в игре. Он также посетил Светлогорский районный центр коррекционно-развивающего обучения и реабилитации, в котором учатся дети с особенностями развития как школьного, так и дошкольного возраста.

Позже, в 2012г., Максим Мирный стал лицом информационно-просветительской кампании «Быть здоровым – это просто!», рассчитан-ной на 2012-2014 годы, которая проводилась в рамках глобальной ини-циативы ЮНИСЕФ «Город, дружественный детям». Суть акции заклю-чалась в размещении мотивирующих плакатов на билбордах с изобра-

жением теннисиста, которые были установлены во всех городах, соединившихся к инициативе.

Сюжеты фотографий показывают, что спортом можно заниматься везде: в парках, дворах, на стадионах. На плакатах изображено, как Мирный совершает пробежку по аллеям и лестницам, выполняет упражнения на лавках и на брусьях. Цель информационной кампании – дать подросткам и молодым людям простой и доступный инструментарий для занятий спортом, не требующий профессионального оборудования и финансовых расходов. Важно мотивировать молодежь тренироваться не менее 3-4 раз в неделю по 30-40 минут – это необходимо для сохранения здоровья и поддержания хорошей физической формы.

В этой связи Максим Мирный является идеальным примером для подрастающего поколения. «Он является ролевой моделью для белорусов – успешный, здоровый человек с дружной большой семьей из нескольких поколений. История его успеха, основанная на желании быть лучшим, на постоянной работе над собой как в профессиональном, спортивном направлении, так и в личностном, найдет отклик среди подростков и молодежи», – сообщалось в официальном пресс-релизе ЮНИСЕФ [3].

Еще одним этапом кампании стала разработка Максимом Мирным и Республиканским центром физического воспитания и спорта учащихся и студентов комплекса упражнений, рассчитанного на подростков, с учетом их гендерных потребностей и возможностей. Был записан целый видео-курс с программой тренировок с целью его размещения на официальном сайте ЮНИСЕФ в Беларуси – на веб-страничке «Быть здоровым – это просто!». В дальнейшем курс упражнений получил распространение на различных электронных носителях. Также в рамках акции состоялись регулярные встречи Максима Мирного с подростками в формате общения «вопрос – ответ». Школьники не только смогли задать теннисисту, интересующие их вопросы, но получили квалифицированные рекомендации по поддержанию здорового образа жизни – тренировкам, питанию, режиму дня, личностному росту и развитию.

Положительные результаты деятельности Максима Мирного на посту Посла доброй воли Детского Фонда ООН способствовали тому, что руководство ООН обратило внимание на других известных белорусских спортсменов. 3 мая 2014г. в Минской городской ратуше состоялась пресс-конференция по итогам визита в Республику Беларусь Администратора Программы развития ООН (ПРООН), заместителя Генерального секретаря ООН Хелен Кларк. Эта пресс-конференция получила большой резонанс в белорусских СМИ: в ее рамках прошла церемония назначения трехкратной олимпийской чемпионки по биатлону Дарьи

Домрачевой Послом доброй воли ООН в Беларуси. «Мне очень приятно приветствовать Дарью в качестве Посла доброй воли ООН. Задача ПРООН во всем мире – оказывать положительное влияние на жизни людей, и нам очень приятно, что Дарья Домрачева поддержит нас в этом благородном деле, – отметила Хелен Кларк. – Огромная популярность Дарьи среди граждан Беларуси, и особенно среди молодого поколения, убеждают меня в том, что она станет для них примером здорового образа жизни» [2].

Хелен Кларк также охарактеризовала Домрачеву как образец воли и преданности своему делу. Помимо этого, знаменитая биатлонистка активно занимается благотворительной деятельностью, помогает детям с различными заболеваниями. Примером своего успеха она сможет вдохновить детей и подростков отказаться от вредных привычек в пользу здорового образа жизни и личностного роста. Сама Дарья в ходе церемонии заявила, что гордится своей новой миссией и надеется, что в рамках работы в ООН она сможет и дальше приносить пользу белорусскому обществу. Среди проектов ближайшего будущего биатлонистка планирует начать большую детскую образовательную инициативу. Участие Дарьи Домрачевой в информационной деятельности ООН повысит интерес и к Беларуси. В мире спорта высоких достижений Домрачева сейчас занимает лидирующие позиции. По результатам недавнего международного опроса спортивных журналистов Дарья была признана лучшей спортсменкой Европы в 2014г, она также заняла второе место в рейтинге лучших спортсменок мира. Примечательно, что теперь журналистов будут интересовать не только профессиональные успехи Дарьи, но и ее общественная и благотворительная деятельность.

Анализируя деятельность Послов доброй воли в Беларуси, необходимо отметить весомый вклад в осуществление информационной политики ООН экс-первой ракетки мира, теннисистки Марии Шараповой, которая родственными узами связана с Гомельской областью. Поэтому свою новую общественную деятельность в ООН она решила связать с проектами, направленными на реабилитацию людей, проживавших на территориях, пострадавших от катастрофы на Чернобыльской АЭС. В первый же день официального вступления на должность Посла доброй воли 14 февраля 2007г. Мария передала чек на сумму 100 тысяч долларов для реализации инициатив по поддержке жителей чернобыльской зоны. Средства фонда Марии Шараповой были направлены на финансирование проектов комплексной программы ООН по реабилитации зон, пострадавших от последствий Чернобыльской АЭС. В частности, был сделан существенный сдвиг в области компьютеризации и воспитанию у населения экологической грамотности, восстановления спортив-

ных сооружений и больниц. В сентябре 2008г. фонд Марии Шараповой перечислил еще 30 тыс. долларов на благотворительные проекты, реализуемые в Брагинском и Чечерском районах. Как сообщил директор Департамента общественной информации ООН в Беларуси В. Радивиновский, данные средства были затрачены на осуществление проектов ООН по диагностической работе с малолетними и новорожденными, консультировании беременных женщин, оснащение детских игровых площадок и реабилитационных комнат. При разработке программ реабилитации были использованы нестандартные методы. Так, например, на деньги Шараповой в областных деревнях в центрах детского творчества были созданы музыкальные классы под названием «Экология души», где дети борются со своими недугами при помощи искусства. Внимания заслуживает и комната реабилитации «Сказка», которая позволяет осуществлять лечение в формате игровых представлений, что позитивно сказывается на психике пострадавших и улучшает их физиологические показатели.

Еще одной инициативой, нашедшей отражение в СМИ, стало решение известной теннисистки об открытии программы стипендий на общую сумму 210 тысяч долларов США для обучения в одном из двух ведущих вузов страны 12 талантливых молодых людей из пострадавших районов. Позже стало известно, что Шарапова намеревается посетить районы, на реабилитацию которых она ранее выделила средства. «Я надеюсь, что визит Марии Шараповой будет иметь резонанс и привлечет больше средств доноров на реабилитацию чернобыльских районов», — отметил В. Радивиновский [4].

Первый визит Шараповой в Беларусь состоялся в июле 2010г. В поддержку данного события сотрудниками ООН в Беларуси был организован пресс-тур для журналистов со всей страны. 1 июля в Гомеле во Дворце Румянцевых и Паскевичей прошла пресс-конференция, в ходе которой Мария рассказала о своем опыте Посла доброй воли, отношении к общественной деятельности, вспомнила детские годы. Там же прошла встреча Шараповой со стипендиатами ее именного фонда. В рамках визита Мария Шарапова посетила также больницу в Чечерске, где на выделенные ею средства работают программы реабилитации для людей, пострадавших от радиации. Небольшим подарком для гомельских юных спортсменов стал мастер-класс, который провела сама Мария в городском теннисном центре. В целом, Шарапова высоко оценила проделанную работу и пообещала нанести повторный визит через несколько лет [1].

Сегодня агентства ООН, аккредитованные в Беларуси, проводят большую информационную работу по привлечению к своей деятельно-

сти спортивных знаменитостей. Однако практика показывает, что информирование населения проходит на недостаточно высоком качественном уровне. Для решения этой проблемы агентства, прежде всего, должны использовать более эффективные методы информационной работы, позволяющие многоканальное распространение знаний о деятельности Послов доброй воли ООН. Важную роль в этом процессе играет взаимодействие со средствами массовой информации. В этом контексте журналистам необходимо также самостоятельно проявлять интерес к освещению проектов и инициатив, реализуемых международными организациями. Так, например, на пресс-конференциях с известными спортсменами, в том числе и вышеупомянутыми, рекомендуется задавать вопросы, связанные не только с профессиональной деятельностью, но и раскрывающие социальную активность знаменитости. Это позволит аудитории воспринять героя материала не только, как талантливого спортсмена, но и как неравнодушного человека, участвующего в благородной миссии Посла доброй воли ООН.

О Беларуси в мире сложился имидж спортивной державы. Успешно прошел чемпионат мира по хоккею, часто проводятся соревнования международного уровня. Белорусские спортсмены регулярно занимают призовые места на Олимпиадах и чемпионатах мира, что в значительной степени обусловлено всемерной поддержкой и заботой государства о развитии спорта и физкультуры в стране. За последние годы в Беларуси было построено и введено в эксплуатацию немало спортивных объектов международного класса: «Минск-арена», «Чижовка-арена», гребной канал в Заславле, легкоатлетический манеж Белорусского государственного университета физической культуры и ряд других. Наличие данных комплексов и целенаправленная творческая работа тренеров позволит вырастить новые таланты и дать миру новых Послов доброй воли ООН.

#### *Литература*

1. Lokhmanenko, P. Amiable Maria Sharapova is true Goodwill Ambassador / P. Lokhmanenko // The Minsk Times. – 2010. – 15 July. – P. 7.

2. Дарья Домрачева назначена послом доброй воли ПРООН // Официальный сайт информационного агентства БелТА [Электронный ресурс]. – Режим доступа [http://www.belta.by/ru/all\\_news/society/Darja-Domracheva-naznachena-poslom-dobroj-voli-PROON\\_i\\_671044.html](http://www.belta.by/ru/all_news/society/Darja-Domracheva-naznachena-poslom-dobroj-voli-PROON_i_671044.html). :- Дата доступа : 29.12.2014.

3. Звезда тенниса Максим Мирный назначен послом доброй воли ЮНИСЕФ // Официальный сайт ЮНИСЕФ в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.unicef.by/news/2011/zvezda\\_tennisa\\_maksim\\_mirnij\\_n/](http://www.unicef.by/news/2011/zvezda_tennisa_maksim_mirnij_n/). – Дата доступа: 03.01.2015.

4. Посол доброй воли ООН Мария Шарапова посетит районы Беларуси, пострадавшие от аварии на ЧАЭС // СБ. Беларусь сегодня [Электронный ресурс]. –

Режим доступа: <http://www.sb.by/v-belarusi/article/posol-dobroy-voli-oon-mariya-sharapova-posetit-rayony-belarusi-postradavshie-ot-avarii-na-chaes.html>. – Дата доступа: 03.01.2015.

5. Список Послов доброй воли ООН // Википедия: Свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Список\\_Послов\\_доброй\\_воли\\_ЮНИСЕФ](https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_Послов_доброй_воли_ЮНИСЕФ). – Дата доступа: 28.12.2014.

**Оксана Михайлова**

*Институт журналистики Киевского национального университета  
имени Т.Г.Шевченко, Украина*

## **ЛЮДИ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ В СМИ: ЖАНРОВЫЕ И ТЕМАТИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ**

Новостная телевизионная журналистика, как определяющий фактор формирования общественного мнения, имеет все условия для управления или манипулирования общественным сознанием в отношении понимания социальных проблем. На это может повлиять текст, отдельная лексика, видеоряд, редакционная верстка и другие обязательные элементы комплекса производства новостей. Ведь аудитория имеет решающее влияние на будущее медиакоммуникаций (в том числе формата теленовостей), потому что именно она своей волей, полномочиями принимает или отвергает то, что предложено. И это право активно влиять на содержание, формы социальных коммуникаций должны обеспечить реципиентам сами медиа.

Тема жанров, принципов, стандартов журналистики вообще и социальной в частности исследована в работах таких украинских ученых, как В. Иванов, О. Чекмышев, В. Ризун, В. Сердюк, В. Качкан, І. Машенко, А. Москаленко, К. Шендеровский, Т. Шевченко, А. Топчий, А. Лаврик, а также западными специалистами К. Майером, Э. Фихтелиусом, М. Стивенсом. В исследовании мы попытались прислушаться к методологии, высказанной, как журналистами и публичными интеллектуалами, так и социальными специалистами-практиками [2].

Так, Фриман предполагает, что инвалиды отвергают слова, в которых есть такой смысл, что их физические или ментальные особенности делают их слабыми, жалкими, зависимыми. Такие слова, как неполноценный, не стоит использовать. Наиболее приемлемый термин – disabled (инвалид, лицо с ограниченными возможностями), который недавно вытеснил слово handicapped (инвалид, нуждающийся в помощи). Это слово впервые устроило самих инвалидов. Другое принятое определение – человек, имеющий инвалидность – предполагает, что, в

первую очередь, надо назвать человека, а затем его свойства. И это тоже с точки зрения социальной активности оправдано [1].

Однако, очевидно, что сами инвалиды не пользуются такими оборотами, как люди, которые испытывают физические трудности или люди с физическими и умственными трудностями. Термин «человек, который испытывает физические трудности», не отличает меня от женщины, которая карабкается на Эверест, – говорит поэт и эссеист Н. Маэрс, которая имеет рассеянный склероз. Только прямая терминология, считает она, заставит людей подумать, что значит быть инвалидом и что нужно, чтобы создать доступную для передвижения на инвалидных колясках среду – вне и внутри зданий.

Д. Пиастро, ведущая газетной колонки Жизни с инвалидностью, говорит, что определение Фримана предусматривает, что инвалидность – это нечто постыдное, и ее надо спрятать в таком слишком общем и расплывчатом определении. Он отрицает реальность вместо того, чтобы сказать, что реальность – наша инвалидность, и это вполне нормально, – говорит Пиастро [1].

М. Джонсон, редактор журнала Disability Rag, тоже имеет возражения по поводу определения, которое победило в конкурсе. Люди не поймут культуру инвалидности, если проехать инвалидной коляской по их ногам. Определение «люди с другими возможностями» не имеет ни души, ни силы. Один из читателей журнала Disability Rag высказал свое наблюдение: некоторые инвалиды отдают предпочтение тому же слову, которое другим кажется самым обидным, – калека. Это все равно, что показать узловатый кулак, – говорит художница Ч. Вейд, которой нравится «калека», потому что это слово грубо, но точно характеризует ее тело, скрученное ревматическим артритом. Это слово сейчас и в ближайшее время не будет приемлемо для широкого применения, но его растущая популярность свидетельствует о том, что стереотипы, стигматы инвалидности блекнут.

Бизнесмен Д. Брюс МакМаган основал Национальный Фонд Кристины и назвал его в честь дочери, у которой ДЦП. Он говорит, что новая речь инвалидности необходима не только для того, чтобы инвалиды ярче выражали свое самоощущение, но и для того, чтобы стереть, уничтожить предубеждения, существующие по отношению к ним в широкой публике [1].

Интересным будет наблюдение Г. Харриса, что группы риска (меньшинства, к которым исследователь относит и инвалидов) могут по-разному отражаться в СМИ и по-разному игнорироваться масс-медиа. И то, и другое имеет свои последствия. Удачная модель была предложена много лет назад Кларком (Clark, 1969), который идентифи-

цировал четыре хронологические стадии изображения меньшинств телевидением [3]. Первая стадия – непризнание (nonrecognition); на ней группа меньшинств просто исключается из телепередач. Она не высмеивается, ее не показывают в карикатурном виде – ее просто нет. Представитель другой культуры никогда бы не узнал из телепрограмм, что подобные люди вообще существуют в этом обществе. Например, до последнего времени такое было в целом положение гомосексуалистов и лесбиянок в американском телеэфире.

Вторая стадия изображения меньшинств – высмеивание (ridicule). Здесь доминирующая группа превозносит собственный образ за счет унижения и стереотипизации меньшинств, представляя их некомпетентными, невежественными клоунами. Первые телепередачи, такие, как Amos and Andy, и персонажи, подобные Стивену Фетчиту или Рочестеру, слуге Джека Бенни, отражают эту стадию путем картинки афро-американцев. В наши дни хорошим примером группы, находящейся на стадии высмеивания, являются арабы; мы редко видим на американском телевидении положительных или вызывающих симпатию арабских или арабо-американских персонажей.

Третья стадия – упорядочение (regulation), когда группа меньшинств предстает в качестве защитников существующего порядка (например, полицейские детективы, шпионы). Такие роли были типичными первыми положительными амплуа афро-американцев в 60-х годах; в сегодняшних американских телепередачах в подобных ролях мы часто видим латинос.

Последняя стадия - уважение (respect), когда группе меньшинств отводится весь спектр тех же ролей, как положительных, так и отрицательных, что и большинства. Это не означает, что полностью исчезли стереотипные персонажи или что все персонажи вызывают симпатию; просто их диапазон стал шире: мы видим добрых и умных персонажей наряду со злыми и глупыми.

Тема людей с ограниченными физическими возможностями является более актуализированной на украинском телеканале «СТБ», чем, скажем, тема беспризорности. Всего за 2011-2012 годы в эфире «Окна-Новости» вышло 40 материалов, которые прямо или косвенно касаются темы людей с ограниченными физическими возможностями. Информационными поводами для подготовленных материалов были как общеизвестные социальные даты, так и отдельные ситуации из жизни людей. В целом среди всех материалов в пределах тематического спектра (проблемы инвалидов) можно условно выделить: постоянные (бытовая жизнь больных, конфликтные вопросы, нехватка средств, неудобства адаптации в обществе); сезонные (связанные с социальными датами,

такими, как 3 декабря – Международный день людей с ограниченными физическими возможностями, 11 февраля – Всемирный день больного, 10 октября – Всемирный день психического здоровья, 5 мая – Международный день борьбы за права инвалидов, последнее воскресенье сентября – Международный день глухонемых, 13 ноября – Всемирный день слепого, 15 октября – Международный день белой трости); - периодические (акции протеста, вызванные законодательными изменениями) и «случайные» (флеш-мобы, арт-акции, достижения) темы сообщений.

Из 63 тематических материалов 10 посвящены социальным датам; 22 - арт-акциям; 15 - акциям благотворительности, сюжетам о людях, которые нуждаются в материальной помощи; 13 - будничным проблемам людей с ограниченными физическими возможностями. То есть в большинстве случаев люди с инвалидностью изображены как обычные люди, реже – как люди необычные: как одаренные, как больные и немощные, как герои.

Много телерепортажей, посвященных инвалидам, рассказывают об их творческих способностях или спортивных достижениях (или суперспособностях). Обычно ведущий заранее готовит аудиторию к рассказу о человеке, говоря, что сейчас пойдет речь об удивительном, смелом человеке, который делает то, что не могут и многие здоровые люди. Однако крайне редко в сюжетах показана обычная жизнь и условия (если они не страшные), которые необходимы для того, чтобы человек не чувствовал себя инвалидом, жил, работал и учился так же, как и его окружение.

Чаще всего (в 50% материалов) используется термин «инвалид». Реже встречаются выражения «люди с инвалидностью», «люди, которые нуждаются в лечении», «прикован к коляске», «больной». В единичных случаях использованы выражения «слепой», «невидящий», «люди с ограниченными возможностями», «дети с дефектами», «спинальные больные», «неработаспособные люди». В целом, понятие «инвалид» не вызывает негативного отношения и даже положительно воспринимается теми, в отношении кого оно употребляется [5].

Однако следует обратить внимание на ситуации, когда журналисты злоупотребляют этим термином. Например, когда автор мог бы называть героев сюжетов по именам. Хотя обычно в материалах героев часто называют по имени, имени отчеству и редко, но уже встречается и такое, по фамилии. В редких, практически единичных случаях употребляются термины, которые нельзя не назвать оскорбительными: больные, ненормальные, калеки (иногда безрукие и безногие калеки), физически и умственно неполноценные, убогие и так далее. Причем, слова калека или больной иногда используются в материалах, которые несут, в це-

лом, положительную информацию. Прямая речь встречается в семи случаях, юмора вообще нет.

1) В целом анализ конкретных материалов и общих тенденций склоняет сделать выводы, что эта тематика остается далеко не самой популярной в СМИ, что общество пока не считает проблему инвалидов актуальной. Однако все же прослеживается тенденция к повышению интереса к ней (среднее ежемесячное количество сюжетов в 2011 году – 18, в 2012г. – 21, то есть их количество возросло, в целом, почти на 12%).

2) Как менялись тенденции понимания и отношения к социальным проблемам в украинском обществе, так же менялись позиции их присутствия в журналистских продуктах вообще и на телевидении в частности. Учитывая это, постепенно пришли к изучению этого научного вопроса и украинские исследователи. В украинской журналистике, как и в мировой, сначала формировались общие принципы и правила построения медиаматериала, освещение событий и явлений, и лишь совсем недавно, фактически в последние десятилетия украинская журналистская практика и наука стремятся сосредоточиться и придерживаться перманентного гуманистического критерия освещения социальной проблемы.

Во-первых, власть стала уделять больше внимания этим проблемам. Во-вторых, общественные организации все чаще организуют разного рода акции, флеш-мобы, привлекают внимание журналистов и, соответственно, общественности. Стоит отметить, что проведение ярких мероприятий, которые позволят привлечь к той или иной проблеме внимание общества и СМИ, кроме того, позволяют привлечь другие организации и завязать новые контакты, в том числе новые контакты с журналистами. Во многих городах Украины действует программа о безбарьерной среде, и это тоже повод к тому, чтобы время от времени обращаться к этой проблеме. В этой области появляются какие-то новые данные, факты, официальная статистика, которые могут использоваться в создании материалов.

3) Освещение социальной проблематики требует особого подхода со стороны журналистов. Кроме профессиональных журналистских стандартов [7, с. 130], следует учитывать специфику каждой социально уязвимой группы, которая прямо или косвенно отражается в СМИ. Основным критерием для отбора материала является наличие героев, то есть социальную проблему предпочитают раскрывать через пример отдельного человека [9, с. 15]. Для этого используют сводные рекомендации правил общения с инвалидами, как, например, 10 общих правил этикета общения с людьми с ограниченными возможностями. Эти 10

правил используются журналистами и работниками общественных служб США. Они составлены Карен Мейер (Национальный Центр Доступности США).

#### *Литература*

1. К независимой жизни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://old.perspektivainva.ru/index.php?id=295&from=search&search\\_terms=%F4%F0%E8%EC%E0%ED&p=0](http://old.perspektivainva.ru/index.php?id=295&from=search&search_terms=%F4%F0%E8%EC%E0%ED&p=0). – Дата доступа: 12.12.2013.
2. Шендеровский, К. Медиакоммуникации и социальные проблемы : сборник науч.-метод. матер. и научных статей в трех част. Часть первая / сост., ред. К. С. Шендеровского / Киев. нац. ун-т; Ин-т журналистики. – К., 2012. – 288 с.
3. Harris, J. R. Psychology of mass communication / R. J. Harris // Kansas State University/ Mahwah. New Jersey. – 2004. – 475 p.
4. Kolucki and Duncan. Together with media. A Practical Guide for People with Disabilities. International Labour Organization. 1994.
5. Майер, К. Как правильно брать интервью у инвалида [Электронный ресурс] / К. Майер. – Режим доступа: <http://imi.org.ua/mediapsychology/41008-yak-pravilno-brati-intervyu-u-nerovnospravnoji-lyudini.html>. – Дата доступа: 12.12.2013.
6. Лаврик, О. Социальная проблематика газетных выступлений : учеб.-метод. пособ. для студ. по спец. «Журналистика» / О. В. Лаврик. - Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразина, 2010. – 72 с.
7. Иванов, В. Журналистская этика : учеб. для студ. высш. учеб. завед. / В. Иванов, В. Сердюк. - 2-е изд, испр. - К. : Высшая школа, 2007. – 231 с.
8. Международные принципы профессиональной этики журналиста [Электронный ресурс] // Медиабiblioteca. – Режим доступа: [http://media.parlament.org.ua/ss\\_analytics/action/article\\_detail/article\\_id/2252/](http://media.parlament.org.ua/ss_analytics/action/article_detail/article_id/2252/). – Дата доступа: 15.03.2014
9. Эверетт, Д. Учебное пособие репортера / Д. Эверетт. - К. : Index ПроМедиа, 1999. – 23 с.
10. Gans, H. J. Deciding what's News : A study of CBS evening news, NBC nightly news / H.J. Gans // Newsweek, and Time. – 1979. – P. 53-55.

**Дарина Михалевич**

*Белорусский государственный университет*

## **РЕКЛАМА КАК ОТРАЖЕНИЕ ГЕНДЕРНЫХ РОЛЕЙ И СТЕРЕОТИПОВ В ОБЩЕСТВЕ**

Сила воздействия рекламы в том, что она обладает способностью управлять людьми, превращая их в потенциальных потребителей, даже если они отрицают, что находятся под влиянием марок и брендов. Важность изучения рекламы нельзя недооценивать, ведь она определяет представления не только о презентуемом объекте, но и является конст-

руктом реальности с символической системой ценностей (социальных, моральных, семейных). В этой связи, очевидно, что посредством рекламной индустрии можно узнать и сформировать портрет самого общества и отдельного человека в нем.

Не вызывает сомнения факт, что реклама в большинстве своем закрепляет и усиливает полоролевые стереотипы. Это, по мнению И. В. Грошева, объясняется тем, что изображения людей обладают большой привлекательностью; наиболее выраженной человеческой чертой является его пол; гендерная принадлежность формирует более глубокое, по сравнению с принадлежностью к социальной группе или классу, понимание того, какой должна быть наша первичная природа, в каких условиях она может быть продемонстрирована [9]. Гендерные стереотипы – это упрощенные, схематизированные, эмоционально четко окрашенные устойчивые образы мужчин и женщин, распространяемые обычно на всех представителей той или иной гендерной общности, независимо от личных особенностей тех или иных представителей [8]. Проще говоря, это некие сформировавшиеся в культуре образцы поведения для мужчин и женщин, которые обычно основаны не на рациональном знании, а на предубеждениях. Стереотипы, как и любое явление, имеют две стороны одной медали. Они внедряют в сознание модели поведения и социальные роли, способствуют сохранению и поддержанию общественного строя, но вместе с тем часто ограничивают возможности одного из полов, демонстрируют превосходство другого, делят на «своих» и «чужих» и формируют предрассудки. Представления о мужественности и женственности не только формируют людей, они предписывают им в зависимости от пола определенные психологические характеристики, нормы поведения, род занятий, профессии и многое другое. Вот почему так важен разговор о гендерных стереотипах в рекламе.

В мировой истории гендерная критика рекламы возникла в 60-е гг. XX в. как одна из линий феминизма. В этот период можно было встретить немало рекламных плакатов и роликов, подчеркивающих инфантильность, недалекость и немощность женщины. Например, в рекламе мужских галстуков «Van Housen», где звучал слоган «Покажи ей, что это мир мужчин», жена изображалась перед мужем на коленях. Плакат «Chase and Sanborn Coffee» показывал, как мужчина занимался рукоприкладством, узнав, что женщина подала ему не свежемолотый кофе. Реклама кетчупа «Del Monte» утверждала, что их удобную «бутылочку сможет открыть даже такое существо, как женщина, с ее слабыми пальцами и туповатыми немужскими мозгами». Сейчас, если парень подарит даме бытовую технику, она как минимум не поймет его, а как максимум устроит скандал. Однако в рекламе пылесосов Hoover говорилось, что

«лучший подарок любимой на Рождество – это то, что она сможет поддерживать порядок в доме». Реклама бытовой техники Kenwood утверждала, что «женщина нужна исключительно для готовки, само собой, разве женщина может быть способна на что-нибудь другое?»

В 70-е годы уже была выработана концепция гендерной теории. На Западе было создано более 250 работ, в которых изучались психологические, социальные, идеологические эффекты гендерной рекламы. Например, Кортни и Локерек проанализировали более 700 рекламных роликов. Исследование показало, что мужчины в них обычно фигурировали в обстановке офиса или на отдыхе, в то время как женщины – на кухне, в прачечной или с детьми. Пингри и соавторы на материале популярных журналов («Time», «Playboy» и «MS») выявили четыре основных стереотипных изображения женщин: а) женщины преимущественно показаны в домашней обстановке, их социальные роли достаточно однообразны; б) женщины принимают менее важные решения, чем мужчины, даже в том, что касается покупок и других потребительских выборов; в) женщины занимаются мужскими видами деятельности только в присутствии мужчины, например, «женщины никогда не курят в одиночестве»; г) женщины воспринимаются как сексуальные объекты, «вещи» для рассматривания «мужским взглядом» [10].

В 80-е гг. С. Крейг на материале 2000 коммерческих сюжетов доказал, что любая реклама отражает мечты, фантазии и потребности мужчины. Беннет, Каллей определили, что женщины присутствуют в рекламе чаще, чем мужчины, однако, всегда как зависимые от сильного пола, в некоторых случаях роль мужского субъекта играл мужской голос за кадром [10].

Постсоветские исследователи начали серьезно изучать рекламу только в 90-е годы с развитием рынка. Гендерная проблематика рекламы попала в поле зрения социальных наук лишь в конце десятилетия. Одним из наиболее известных исследователей в этой области является И. Грошев, который провел гендерную экспертизу женских образов в рекламе. Интересен научный поиск А. Альчук в анализе зависимостей рекламных сюжетов от мизогенических взглядов общества. Эротизацию коммерческих сообщений рассматривали А. Юрчак и О. Туркина [10].

Как видим, рекламный дискурс в гендерном ракурсе представляется довольно проблемным. Широко признана необходимость контролировать и регламентировать процесс создания рекламных образов на законодательном уровне. В Норвегии реклама, противоречащая принципам равноправия полов, запрещена статьей №1 Закона о маркетинге. В США создан Национальный Совет по наблюдению за рекламной деятельностью, задачей которого является изменение представления в рекламе о

женщинах. В Испании действует правительственная программа, цель которой – изменить стереотип изображения женщин в СМИ и рекламе, прекратить использование женского тела как сексуальной приманки для продажи товаров и услуг. Европейским Советом принята резолюция «Об образе женщины в рекламе и средствах массовой информации».

Понятно, что рекламный бизнес для всего постсоветского пространства явление новое. В то время, когда в Беларуси начал готовиться законопроект «О рекламе» (принят 10 мая 2007г.), на Западе уже было проведено много исследований этого феномена. Однако, несмотря на богатый опыт демократических стран, который мы заимствуем, в белорусском законе «О рекламе» некоторые статьи и нормы, касающиеся межполовых взаимоотношений, написаны весьма общо. Довольно сложно понять, при каких условиях реклама по закону будет считаться нарушением принципов равноправия, воспроизводящей гендерные стереотипы и носящей сексуальный подтекст. Так, «неэтичной является реклама, которая содержит текстовую, зрительную и (или) звуковую информацию, нарушающую общепринятые нормы морали и нравственности, в том числе оскорбительные слова, сравнения, образы в отношении расы, национальности, внешнего вида, возрастной группы, пола, языка, профессии, социальной категории, религиозных, политических и иных убеждений граждан. Не допускается реклама порнографических материалов, печатных изданий, изображений или иных предметов порнографического характера; направленная на вовлечение потенциальных жертв в торговлю людьми, предоставление сексуальных услуг под видом законной деятельности, антиобщественное поведение; услуг сексуального характера, в том числе под видом психологической помощи, общения, релаксации, массажа, приятного времяпрепровождения, иной законной деятельности». В то же время в законе есть пункт, разрешающий «размещение (распространение) рекламы эротической продукции, продукции, содержащей элементы эротики, а также услуг, связанных с распространением такой продукции, на телевидении и радио допускается с 24.00 до 4.00» [6]. Основным документом в республике, направленным на обеспечение условий равного участия мужчин и женщин во всех сферах жизни, является четвертый Национальный план действий по обеспечению гендерного равенства в Республике Беларусь на 2011–2015 годы. «Задачами Национального плана являются: укрепление института семьи и семейно-брачных отношений; пропаганда ценностей брака и семьи, достижение гендерного равенства в семейных отношениях, вовлечение мужчин в сферу домашнего труда и процесс воспитания детей; трансформация общественного сознания, искоренение гендерных стереотипов, связанных с идеей превосходства и доминирования одного

пола над другим» [5]. Также Республикой Беларусь ратифицирован и подписан ряд международных документов в сфере обеспечения гендерного равенства и преодоления дискриминации по признаку пола: Конвенция ООН о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин, резолюции всемирных конференций по положению женщин, в том числе Пекинская декларация и Платформа действий Четвертой всемирной конференции. Согласно международному праву любое тиражируемое изображение или публикация должны содействовать созданию более разноплановых и реалистичных портретов женщин и мужчин, т.к. стереотипы, связанные с полом, нередко используемые масс-медиа, могут негативно сказаться на взаимоотношениях женщин и мужчин, особенно среди молодежи. Это значит, что реклама, содержащая стереотипное изображение женщин и мужчин и/или использующая сексуальный образ, нарушает законодательную норму.

Однако исследования выявили, что формы репрезентации женских образов в рекламе практически не меняются. Слабый пол по-прежнему выполняет две роли: мать-хозяйка и сексуальный объект. Из общего объема телерекламы, адресованной женщинам, 61% приходится на средства ухода за домом, детьми, мужем и 39% предлагающие ей комплексы ухода за собой (косметика, парфюмерия) [9]. Образ матери-хозяйки может иметь несколько разновидностей. Одним из самых распространенных является образ прачки. Она может выполнять и другие социальные роли: иметь профессию, быть матерью, являться зажиточной или бедной. Но в любом случае стирка показывается как исключительно женское дело. У прачки есть побочный образ – женщина, которая занята чисткой и уборкой. Героиня рекламного ролика отбеливателя «Vanish» жаловалась на то, что ее мужу достается пицца, а ей – пятна от пиццы. Женщины в рекламе «Tide» все еще кипятят и с радостью узнают, что «стирка – это просто!». Тетя Ася с отбеливателем «Асе» пришла разом ко всем хозяйкам, которые устали от серых рвущихся простыней, а жиличка из кинофильма «Покровские ворота» актриса Инна Ульянова теперь приносит своим соседям порошок «Сомет». Однако ни в одном рекламном ролике прекрасные представительницы не выражают протеста против такого положения вещей, когда мужчины загрязняют одежду, квартиру, а они – стирают, убирают, оттирают пол, отмывают ковры, мебель и кафель. В рекламе «Persi» парень на свидании опрокидывает на себя бокал красного вина, а мальчик, подавая ужин на стол, случайно роняет еду на блузку маме. «Fairgu» выводит Петровых на чистоту, показывая, что отмывать грязную посуду – дело жены, дочери и свекрови. Мужчинам отводится роль потребителей результатов женского труда или экспертов, разработавших уникальную формулу. По дан-

ным Шпанер, такая картинка появляется в 95% рекламных сообщений в СНГ (60% от общего объема в США) [4, с. 248].

Женщины предстают и в роли кухарки: их снимают в рекламе продуктов (масла, майонеза, бульонных кубиков). Мужчины в таких рекламных сообщениях демонстрированы опять же или в роли потребителя, или иногда в роли эксперта. Например, в рекламе Maggi женщина готовит обед, а мужчина играет с детьми на фортепиано. Без кубиков Gallina Blanca невозможен был бы рецепт семейного счастья. В рекламе лосося Санта Бремор мать и дочь накрывают на стол, отец и сын, являясь потребителями, готовятся к праздничной трапезе. В ролике масла «Олейна» мужчина встречает женщину словами: «Я скучаю и голодный» – то есть в этой семье приготовлением еды занимается исключительно жена. Как и женщина-прачка, кухарка в рекламе представляется ограниченной, возмущающейся высоким качеством рекламируемого продукта и обеспокоенной бытовыми хлопотами.

Также женщина в рекламе играет роль хранительницы здоровья семьи. Именно она знает, где в доме находится аптечка и какое средство устранил боль в горле, заложенность носа, расстройство желудка, мышечные спазмы и другие болячки. Мужчины и дети в этих роликах предстают совершенно беспомощными. К этой категории можно отнести и женщину-мамочку. Например, только женщина меняет подгузники малышам. Реклама «Pampers Active Baby», где появляется отец, – скорее исключение, которое подтверждает правило. В сюжете мужская роль сводится к тому, чтобы он играл с ребенком. Такая картина отражает патриархальные стереотипы в обществе, когда малыш – это мама «забота». Семейный кодекс в Беларуси предоставляет и отцу, и матери абсолютно равные права. Но отпуск по уходу за ребенком берут 99% женщин и только 1% мужчин. И если семья распадается, в ход идет еще один распространенный гендерный стереотип: ребенок нужен только матери. В отличие от европейских стран, где мужчины борются за свои права на отцовство, а в тот же декрет уходят оба родителя по очереди [3]. Очевидна необходимость создания роликов семейного типа, где не только мать ухаживает за детьми, но и отец принимает участие в воспитании.

Второй распространенный образ женщиной в рекламе – это сексуальный объект. Очевидно, что залогом успешной работы рекламы по ее воздействию на потребителя, является ее «соблазняющий» характер. И первым шагом на этом пути является создание желаемого объекта. Одним из самых соблазнительных и желаемых и, соответственно, главных символов в мифологии потребления стала женщина, ее образ, включая и ее тело. По данным Шпанер, 82% роликов с участием девушек так или

иначе строятся с использованием сексуальных символов обольстительных ситуаций. Подобным образом могут рекламировать любые товары: от предметов косметики и гардероба до автомобилей и строительных материалов (так называемые образы-вампиры, отвлекающие внимание на себя) [7].

В медиа-изображениях женщин часто превалирует преувеличенная сексуальность. Модель имеет женственные формы, располагается в пассивной позе – стоит, сидит или лежит. Иногда поза является атипичной и провокационной, подчеркивая идею, что женщина должна быть сексуальной. Для женских изображений характерна улыбка, которая обычно шире, чем в жизни. Мужские изображения в медиа наоборот представляются чрезвычайно серьезными, иногда даже мрачными. Мужчины тщательным образом контролируют свои переживания. Этот факт следствие еще одного стереотипа – для разных полов характерны разные эмоциональные состояния [11].

Не следует думать, что от гендерных стереотипов страдают только женщины. Табу на проявление чувств, образ всегда преуспевающего победителя, сексуального гиганта и так далее вызывают у многих мужчин, не желающих или не умеющих следовать этим предписаниям, стрессы, подавленность, неуверенность в себе. Об этом также много написано в западной научной литературе.

Исследования российских ученых А. Дударевой и И. Грошева [2, с. 34; 1, с. 121] позволяет нам утверждать, что рекламные образы очень часто накладывают стереотипы также на физические недостатки человека. Так, полный мужчина, как правило, недалекого ума; худощавый мужчина – также не отличающийся умом и предстает еще более немужественный, чем предыдущий. Настоящий мужчина — строен, подтянут, в меру небрит, с умеренным волосяным покровом на груди [7].

Однако можно сказать, что в обществе происходят некоторые изменения в представлении о гендерных штампах. Не вызывает сомнения тот факт, что современные мужчины заботятся о своей внешности и одежде почти столько же, сколько женщины. Мужчины тратят все больше времени и денег на уход за своим телом, косметику и так далее. Это отражается и в рекламе, где происходит не столько оголение и демонстрация своего «природного» тела, сколько сознательное его конструирование в соответствии с нормами своей субкультуры. Ранее это считалось характерным для женщин. Любопытный момент отмечает И. Кон. Исследователь пришел к выводу, что в последнее время произошла «реабилитация» мужского тела и ослабление запретов на изображение волосяного покрова. Он указывает, что в эротических изданиях и в рекламных роликах, как и в классической живописи и скульптуре прошло-

го, мужское тело обычно изображалось гладким. Считалось, что это помогает ему выглядеть одновременно более молодым и менее агрессивным «животным», сексуальным. В рекламе, в которой подчеркивается брутальность, сексуальность, можно видеть волосатые мужские ноги, руки и грудь [7].

Исследования И. Грошева и А. Дударевой показывают, что сейчас в рекламе можно нередко встретить ситуацию, в которой о еде говорит мужчина (он готовит, а она приходит и хвалит), или мужчины рассказывают друг другу о достоинствах стирального порошка. Например, бытовой техникой «Tefal» умело пользуются как женщины, так и мужчины. В рекламе гель-капсул «Ariel» папа смог самостоятельно постирать испачканные детьми вещи. Также в одном из сюжетов того же бренда отец учит сына кататься на велосипеде. Поскольку ролик озвучен мужским голосом, можно предположить, что стирал одежду ребенка тоже отец. В съемках стирального порошка «Мара» с белорусскими медийными персонами принял участие певец Александр Тиханович, потому что, по его словам, в их дуэте он много семейных обязанностей берет на себя. И в этом ему помогает подрастающий внук. Интересной представляется и серия рекламных роликов колбасы «Останкино» со слоганом «Папа может!» Здесь представлены разные семейные ситуации с отцом и детьми, порою казусные и комичные. Образ отца все чаще появляется и в рекламе продукции для детей. Например, марка детского питания «Фрутоняня», ранее выходившая со слоганом «В помощь маме», изменила концепцию. Сейчас в рекламных роликах марки появился заботливый отец, который берет уход за ребенком на себя. Слоган компании зазвучал по-другому: «Фрутоняня – в помощь маме и папе».

Как видим, стереотипные представления об образе мужчины и женщины, сложившееся веками, до сих пор распространяются на всех представителей обоих полов, независимо от их индивидуальных особенностей. Полорольные отношения определяются социокультурной средой. По мнению ученых, гендерный стереотип в рекламе может включать в себя элементы истинного знания, однако имеет тенденцию к искажению действительности, превращаясь в предписания по отношению к полу. Мужчине или женщине приходится следовать определенным общественным ожиданиям. Гендерные стереотипы могут отрицательно сказываться на самореализации мужчин и женщин в разных сферах, указывая либо ограничивая различные интересы и потребности. В СМИ мы по-прежнему наблюдаем превалирование патриархальных взглядов на роли в обществе. Такое явление следует рассматривать как информационное давление на массовое сознание. Однако следует еще раз отметить, что средства массовой коммуникации и реклама не только

используют старые стереотипы в своей деятельности, но и формируют новые. В изображении гендерных отношений мы наблюдаем процесс постепенного выравнивания, а также усиления характеристик, которые они раньше не имели. Женщина в рекламе теперь не только мать и хозяйка, но и бизнес-леди, мужчины не только хорошо зарабатывают, но и вовлекаются в семейные отношения. Изменение гендерных стереотипов в рекламе и СМИ свидетельствует о глубоких внутренних изменениях системы ценностей в ядре культуры и общества.

#### *Литература*

1. Грошев, И. Образ женщины в рекламе / И. Грошев // Женщина. Гендер. Культура / Под ред. З. А. Хоткиной, Н. Л. Пушкаревой, Н. И. Трофимовой. – М., 1999. – 368 с.
2. Дударева, А. Рекламный образ. Мужчина и женщина / А. Дударева. – М., 2003. – 222 с.
3. Как отправить мужчину в декретный отпуск? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://udf.by/news/society/print.page.1.68929-kak-otpravim-muzhchinu-v-dekretnyy-otpusk.html>. – Дата доступа: 12.12.2014.
4. Максимова, О. Гендерное измерение в современном социально-коммуникативном дискурсе: роль рекламы / О. Максимова // Вестник РУДН, серия «Социология». – 2004. – №6-7. – С. 248.
5. Национальный план действий по обеспечению гендерного равенства в Республике Беларусь на 2011-2015 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mintrud.gov.by/system/extensions/spaw/uploads/files/nacionalnyj-plan-dejstvij-po-obespecheniyu-gendernogo-ravenstva-v-rb-na-2011-2015-gody.pdf>. – Дата доступа: 12.12.2014.
6. О рекламе: Закон Республики Беларусь, 10 мая 2007 г., № 225 / 3.
7. Петров, М. Гендерные образы и стереотипы современной российской рекламы / М. Петров // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2010. – №124. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-obrazy-i-steriotipy-sovremennoj-rossijskoj-reklamy>. – Дата доступа: 12.12.2014.
8. Социология: Энциклопедия / Сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. – Мн.: Книжный Дом, 2003г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://voluntary.ru/dictionary/568/symbol/209/page/1>. – Дата доступа: 12.12.2014.
9. Стасенко, О. В. Трансляция гендерных стереотипов средствами массовой коммуникации / О. В. Стасенко // SuperInf.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.superinf.ru/view\\_helpstud.php?id=1961](http://www.superinf.ru/view_helpstud.php?id=1961). – Дата доступа: 15.11.2014.
10. Суковатая, В. Гендерная политика рекламы на постсоветском пространстве как отражение массовой культуры / В. Суковатая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://socioline.ru/files/sukovataya.pdf>. – Дата доступа: 12.12.2014.
11. Туркина, О. Пип-шоу идиоадаптация образа женщины в российской рекламе / О. Туркина // Сборник «Женщина и визуальные знаки» [Электронный

ресурс]. – Режим доступа: <http://www.owl.ru/win/books/visualnie7p.htm>. – Дата доступа: 12.12.2014.

**Ольга Муравьева**

*Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева,  
Астана, Казахстан*

## **ИНТЕРНЕТ И СМИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ КАЗНЕТА**

Рост интернет-активности в Республике Казахстан и развитие Казнета в последние годы видны невооруженным взглядом. Появилось большое количество ресурсов различной направленности – от новостных сайтов и блог-платформ до интернет-ресурсов, ведущих электронную торговлю, функционирует национальный поисковик, а информационные агентства в своих сообщениях дают ссылку на twitter-аккаунт премьер-министра страны.

Казахстанский сегмент интернета – Казнет – свое начало берет 19 сентября 1994 года, когда был официально зарегистрирован национальный домен верхнего уровня «.kz». И если через 10 лет, в 2004 году, в Казнете было всего 2 500 доменных имен в зоне «.kz», то в декабре 2014 года доменная емкость (домены «.kz» и «.каз») оценивалась уже в 122 408 единиц. Таким образом, Казнет вырос почти в 50 раз. Есть основания полагать, что 2015 год поддержит позитивную динамику Казнета. В основе таких предположений – сильные темпы роста электронной коммерции в стране и высокий тренд роста уровня проникновения интернета [2].

На протяжении нескольких лет Казахстан целенаправленно ведет государственную политику регулирования национального интернет-пространства. Принятый в 2009 году Закон РК «О внесении изменений в некоторые дополнительные акты Республики Казахстан по вопросам информационно-коммуникационных сетей» заменил понятие «веб-сайт» на понятие «интернет-ресурс» во всех законодательных актах, что повлияло на значительное расширение термина. Интернет-ресурсы начали приравняться к средствам массовой информации со всеми вытекающими негативными последствиями [5].

Несмотря на законодательные ограничения, мы наблюдаем высокий рост числа сайтов. Согласно данным, обнародованным Казахским центром сетевой информации «KazNIC», в 2014 году емкость домена «.kz» выросла на 20,3% по сравнению с 2013 годом – с 100 531 до 120 958 доменов [2]. Теперь казахстанским создателям интернет-ресурсов при-

шла пора переходить от количества к качеству. И тут мы можем наблюдать самую главную проблему Казнета: в Казахстане с момента появления интернета возникли и существуют два параллельных информационных мира – русскоязычный и казахскоязычный. Несмотря на то, что существуют они в рамках одного государства, попытки их объединить практически не предпринимаются. Более того – существенны различия оценок окружающей общественно-политической и социально-экономической жизни.

По информации Общественного фонда «Центр социальных и политических исследований «Стратегия» при поддержке Фонда Эберта в Казахстане, в 2013 году лишь 13% (порядка 6 000 доменных имен) Казнета составляли казахскоязычные веб-ресурсы. Полагаем, что основными причинами явного отставания казахскоязычного Казнета являются следующие. Во-первых, веб-ресурсы на казахском языке становятся диалоговой площадкой для так называемых национал-патриотов, объединенных общей «казахской идеей» – «Мәңгі ел» (историческое единство народа), Алаш. В качестве примера можно привести ресурсы «abai.kz», «e-history.kz», «anatili.kz». Во-вторых, сайты ориентированы на образованную казахскоязычную молодежь («zhasorken.kz»). В-третьих, низкая культура ведения полемики в комментариях, обмена мнениями по актуальным вопросам страны («massaget.kz»). Даже поверхностный обзор комментариев дает представление о слабом интересе молодежи к актуальным событиям в жизни страны и мира. В-четвертых, низкий рейтинг сайтов общественно-политической направленности на фоне аналогичных русскоязычных ресурсов. По данным сервиса интернет-статистики CountZero, по состоянию на 10 января 2015 года сайт общенациональной газеты «Казахстанская правда» [www.kazpravda.kz](http://www.kazpravda.kz) ежедневно посещают свыше 8 тыс. человек, сайт газеты «Егемен Қазақстан» [egemen.kz](http://egemen.kz) – порядка 6 тысяч пользователей.

Причины слабого развития казахскоязычного Казнета мы видим в том, что основными потребителями контента является общественно-политическая элита страны, получающая информацию на русском языке. Молодежь, представляющая в большинстве казахскоязычную аудиторию, слабо интересуется общественно-политической тематикой. Это делает конкурентоспособными русскоязычные СМИ. Вместе с тем крен в сторону развлекательного содержания отмечается у большинства интернет-ресурсов в Казахстане, что можно объяснить запросом со стороны пользователей, основную массу которых составляет молодежь, а также популярностью уже действующих общественно-политических ресурсов, конкурировать с которыми, вероятно, представляется достаточно сложной задачей [9, с. 9].

Всего в Казахстане существует 2111 различных средств массовой информации: газеты (1357), журналы (503), телекомпании (51), радиокomпании (48), операторы кабельного телевидения (133), операторы спутникового вещания (6), информационные агентства (13) [4, с. 63]. Языковая картина выглядит следующим образом: 27% всех СМИ издаются на казахском языке, 39% – на русском, 27% – на казахском и русском, 7% – на казахском, русском и других языках. Число читателей электронных изданий в Казахстане превышает число тех, кто предпочитает традиционные печатные издания. Более того, количество печатных СМИ сокращается из года в год. По состоянию на сентябрь 2014 года, ежемесячный тираж общенациональной газеты «Егемен Қазақстан» превысил 4 млн. человек, тогда как только за месяц онлайн-версия газеты собирает аудиторию свыше 350 000 посетителей. Издания и информационные порталы в Казнете также обгоняют телевидение по количеству аудитории. Ожидается, что уже в 2016 году бюджеты онлайн-СМИ превысят бюджеты телевидения [1].

Главный редактор журнала «Esquire» Дэвид Грэнглер отмечает: «Я просто выхожу из себя, когда некоторые эксперты упорно предрекают смерть всех форм традиционных СМИ в пользу новых медиа. Ведь волей-неволей новые медиа вынуждены создавать все более эфемерный контент. В реальности все формы подачи материала — новые и старые, цифровые и аналоговые — не только сохранятся, но и будут процветать. Те вещи, которые мы делаем в печати и в цифровых форматах, настолько разные, что попросту не пересекаются, поскольку ориентированы на разную аудиторию. Т.е. война между старыми и новыми медиа – это ложное представление о сути происходящего. Ничто на самом деле с рынка не исчезает на совсем. Человеческое стремление творить настолько велико, что огромная тяга людей к информации и развлечениям может быть удовлетворена в любой форме, будь то книги, рисование или блоггерство» [11, с. 7].

Сеть интернет-СМИ активно развивается в Казнете с конца 1990-х гг. В основном, это онлайн-версии печатных и электронных СМИ. Свои веб-сайты или страницы имеют телеканалы: «Хабар», «Казахстан», «КТК», «НТК», «31 канал», «24.KZ», «Білім және мәдениет», «Kazakh.tv»; радиостанции: «Астана», «Деловая волна», «Қазақ радиосы», «Радио Азаттық», «Тенгри ФМ». Отметим, казахстанское интернет-телевидение имеет большие перспективы развития. Все основные телеканалы размещают на своих сайтах или видеохостингах «YouTube», «Kiwi», «KazTube» новостные репортажи, интересное видео. В качестве примера приведем сайт «BNews». На аккаунт данного ресурса в

«YouTube» подписано 1758 человек, суммарное число просмотров – 4,3 млн. за 2011-2015 гг.

Онлайн-версии имеют такие газеты и журналы, как «Казахстанская правда», «Егемен Қазақстан», «Караван», «Время», «Мегаполис», «Вечерняя Астана», «Алматы ақшамы», «Литер», «Айқын», «Экспресс-К», «Новое поколение», «Бизнес и власть», «Ана тілі», «Деловая неделя», «Республика», «КонтинентТ», «Известия-Казахстан», «Курсив», «Арка ажары», «Жалың». Непосредственно к интернет-СМИ относятся «Tengrinews», «Vesti.kz», «Zona.kz», «Zakon.kz», «Gazeta.kz», «Номад», «Диалог», «Вақ.kz» (объединяет в себе около 40 казахскоязычных газет и журналов, свыше 30 информационных ресурсов, 13 телеканалов и 10 радиостанций), «TheNews.kz», «I-News.kz», «Kaz-News.info», «Qazaq.kz», «Headline.kz». К популярным интернет-порталам Казнета можно отнести «Nur.kz», ежедневная посещаемость которого составляет свыше 300000 пользователей.

Самое наглядное представление о качестве казахстанских онлайн-СМИ дает название «Google-журналистика», которое применяют исследователи Казнета К. О. Сак, Е. Капкызы, Н. Кожобекова, А. Елгезек, Е. Серикбай. По их мнению, в республике стало обычным нарушение авторских прав при копирайте и рерайте, переводе русскоязычного контента на казахский язык, а зачастую и просто перепечатка материалов в специальных рубриках без согласования с автором [8]. На наш взгляд, первостепенной задачей для Казнета является сокращение существенного разрыва между количеством и качеством русскоязычных и казахскоязычных СМИ. Прямо противоположные содержания изданий ведут к риску непонимания между возрастными языковыми группами. Наблюдается отсутствие единства в тематических предпочтениях, ракурсах освещения и уровне профессионализма журналистов. Данный диссонанс необходимо устранять как в традиционных, так и новых медиа.

Значение оперативной, достоверной информации и качественных каналов ее распространения очевидно. Республика Казахстан, в которой все интенсивнее проявляются религиозные, социальные, трудовые, экономические противоречия, не является исключением. В связи с этим, полагаем, что целесообразно говорить о качественном преобразовании одного из участников коммуникации – казахстанских средств массовой информации и их роли. Проблемы отечественных масс-медиа известны: зависимость от государственного соцзаказа, собственников, бизнеса, рекламодателей. Как следствие – появление цензуры и самоцензуры, которые снижают интерес и доверие аудитории. Посредником между СМИ, властью, бизнесом и обществом становятся эксперты из числа гражданских интеллектуальных ресурсов страны. «Экстраполируя на-

блюдаемые тенденции, которые в последние годы стали активно переходить в наступление, можно утверждать, что в пределах исторической видимости нашего современника пост-журнализм, не ограниченный законом, профессиональной этикой и доминирующей в обществе нравственностью, уничтожит сущность журналистики», - убежден российский исследователь С. А. Сладковский [10, с. 232].

Гражданская журналистика, к которой мы относим блоггинг и социальные медиа, начала развиваться в Казахстане сравнительно недавно. По-настоящему серьезно к социальным сетям стали относиться после событий 16 декабря 2011 года в Жанаозене, когда о массовых беспорядках на западе Казахстана люди узнали из twitter-аккаунтов и Facebook. Краткие комментарии и фотографии с места событий давали куда больше информации, чем можно было узнать по телевидению или в газетах. Было много информационных рассылок. Каждый в сети давал информацию – положительную и отрицательную, то, что видел, что снял на телефон или камеру, что услышал или записал. На страницах Facebook до сих пор активно муссируются слухи о второй волне девальвации (обвал национальной валюты произошел в феврале 2014 года).

Стоит подчеркнуть, что даже гражданская журналистика является подконтрольной. В 2014 году в республике появилась новая неполитическая организация – «Альянс блогеров Казахстана». «Социальные сети сейчас напрочь разрушили монополию журналистов “извещать и пропагандировать”». Стали возможными информационные войны, проводимые инкогнито и открыто. Настоящим организаторам переворотов нужно было только закинуть в массы определённые деструктивные идеи, посеять рознь. <...> Усилия государственных надстроек могут оказаться тщетными, если мнения определённой части населения окажутся резонансными. Кроме того, в Казахстане и без того влияние государства в различных сферах (прежде всего, в экономике) просто гипертрофированное. Именно поэтому очень важно то, что Альянс блогеров Казахстана рождается как инициатива «снизу», общественное объединение простых граждан», – констатирует популярный в РК блогер Нурлан Махмудов [8].

Объединенные в сеть пользователи, по сути, представляют собой виртуальную толпу, объединенную потребностью людей в получении информации и разделяющуюся на множество сообществ, в том числе онлайн [7, с. 65]. Главная цель созданного в РК Альянса – контроль над виртуальной толпой с целью обеспечения целостности и независимости государства. По мнению белорусского исследователя А. А. Градюшко, становление социальных медиа представляет средствам массовой информации не только возможности для развития, но и

создает определенный риск. В связи с этим роль традиционных СМИ заключается в подтверждении информации, распространяемой пользователями. [3, с. 86].

В Казахстане существует несколько популярных блог-платформ, каждая из которых позиционирует себя как уникальную: [yvision.kz](#), [blogos.kz](#) (блого-социальная сеть), [horde.me](#). Контент, производимый казахстанскими блогерами, условно разделим на 3 категории: блоггинг впечатлений; блоггинг обобщений; рецензии на книги и фильмы / отзывы путешественников. Блоггинг впечатлений – это собственные впечатления автора обо всем, от качества продуктов до обсуждения какого-нибудь интересного случая. Наименее профессиональная категория блоггинга. Распространена на Yvision. В действительности, сайт «Yvision» содержит большой объем пользовательского контента на различную тематику и, наверное, наиболее полно соответствует званию «гражданского медиа». Блоггинг обобщений – самая распространенная категория профессионального блоггинга. К этой категории относятся тексты о национальных особенностях казахов и казахстанцев, жизни офисного планктона, всевозможные рейтинги «лучших» и прочие тексты, в которых слово «мы» встречается чаще слова «я». Сильно распространена на Kult.kz. Главная цель блоггинга обобщений – вызвать у читателя ассоциацию с самим собой. Последние две категории тоже представляют собой блоггинг впечатлений. Их, тем не менее, следует выделить в отдельные категории в силу распространенности. В качестве примера приведем Yvision, [blogos.kz](#), [horde.me](#).

Проведенный анализ блогосферы Казахстана позволяет сделать вывод, что возможности новых медиа используются на недостаточно высоком уровне. Серьезные блог-посты размещаются в социальной сети Facebook нерегулярно и преимущественно на темы экономики и социального обеспечения. К числу наиболее популярных блогеров можно отнести Сырыма Абдрахманова, Галыма Байтука, Серика Болата, Жанну Ильичеву, Азамата Зулкарная, Олжаса Худайбергенова, Айдоса Сарыма. В блог-платформах выделить блогеров, поднимающих общественно значимые темы, не представляется возможным. В целом можно констатировать, что веб-журналистика в Казахстане делает лишь первые шаги. Интернетизация СМИ придала совершенно новое значение роли и месту информации в общественно-политической и общественно-социальной жизни республики. И хотя сегодня традиционные СМИ имеют перевес над онлайн-ресурсами, успеха Казнету остается ждать недолго. В веб-среде сходятся интересы общества, государства и бизнеса. Журналисты, как профессиональные, так и гражданские, пробуют новые средства передачи информации, осваивают новые формы и жан-

ры ее подачи. Важным направлением работы можно назвать интеграцию с социальными медиа.

Распространенное мнение, что Республика Казахстан является молодым независимым государством, и уровень развития интернет-СМИ находится на начальных этапах своего развития, крайне неверно. Качественный рост ресурсов Казнета возможен при интеграции творческого потенциала журналистов и активности гражданского населения, финансовой поддержки государства и грамотном планировании информационной политики Казахстана.

#### *Литература*

1. В 2016 году бюджеты казахстанских онлайн СМИ превысят бюджеты ТВ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://profit.kz/news/18842/V-2016-godu-budzheti-kazahstanskih-onlajn-SMI-previsyat-budzheti-TV/>

2. Галлиев, А. Казнет за год вырос на 20% / А. Галлиев // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.computerworld.kz/articlekz/8137/>.

3. Градюшко, А. А. Перспективные стратегии веб-журналистики в глобальном информационном пространстве / А. А. Градюшко // Международная журналистика-2014: диалог культур и взаимодействие медиа разных стран : материалы Третьей Междунар. науч.-практ. конф. – Минск: Изд. центр БГУ, 2014. – 331 с.

4. Градюшко, А. А. Структурные особенности медиаландшафта Беларуси и Казахстана в контексте развития современной веб-журналистики / А. А. Градюшко // Стандарты современного журналистского образования: сборник Республик. науч.-практ. конф. Қазіргі журналистік білім берудің стандарттары. Республикалық ғылыми-т-жірибелік конференциясы материалдарының жинағы 28 қазан 2014 жыл / құраст. (сост.): М.Тоқтағазин. – Астана: Мастер ПО ЖШС, 2014. – 168 с.

5. Досмаганбетова, А. Правовое регулирование сети интернет / А. Досмаганбетова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://webpress.kz/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=373:pravovoe-regulirovanie-seti-internet&Itemid=890](http://webpress.kz/index.php?option=com_k2&view=item&id=373:pravovoe-regulirovanie-seti-internet&Itemid=890).

6. Жоямергенкызы, Н. Казахский интернет: Анализируя качество сайтов / Н. Жоямергенкызы // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.altynorda.kz/kazaxskij-internet-analiziruya-kachestvo-sajtov/>

7. Левчук, Н. Н. Феномен виртуальной толпы в процессе достижения информационного доминирования / Н. Н. Левчук // Вестник БГУ. Сер. 4. – 2010. – №1.

8. Махмудов, Н. Зачем был создан Альянс блогеров Казахстана? / Н. Махмудов // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.megapolis.kz/art/Zachem\\_bil\\_sozdan\\_Alyvans\\_blogerov\\_Kazahstana](http://www.megapolis.kz/art/Zachem_bil_sozdan_Alyvans_blogerov_Kazahstana)

9. Результаты исследования «Масс-медиа Казахстана: ключевые игроки, возможности, потребности и риски» / сост. В. Абрамов – Алматы, 2009. – 30 с.

10. Сладковский, С. А. Модернизационная журналистика и ее трансформация в пост-журнализм / С. А Сладковский // Вестник СПбГУ. Сер.9. – 2013. – Вып.1.

11. Тожманов, Т. Рынок прессы в Республике Казахстан: реалии и перспективы / Т. Тожманов // МедиаКурьелтай 2010. – Астана, 2010. – 16 с.

**Марина Мыгаль**

*Белгородский национально-исследовательский университет,  
Россия*

## **ТЕМАТИЧЕСКОЕ И ЖАНРОВОЕ РАЗНООБРАЗИЕ КОНТЕНТА НА ДЕТСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ РОССИИ И МИРА**

Основными видами контента на зарубежном детском телевидении являются мультсериалы, мультфильмы, художественные фильмы, реалити-шоу. Эти жанры в наибольшем количестве представлены на крупнейших каналах американского производства, вещающих по всему миру.

В 1970-80 гг. в США формула детского телевидения выглядела так – рекламируя, развлекай. Такое направление означало доминирование коммерческого подхода, который позже привел страну к кризису. После 1990 года каналы меняют направление: от коммерческого развлекательного телевидения к образовательному – под государственным контролем. В США ведется вещание большого количества каналов: существуют телекомпании, которые занимаются исключительно детским контентом, а также специализированные каналы, имеющие свои детские проекты, (ABC Kids, PBS Kids, Discovery Kids и т.д.). Отметим, что каналы прошли свое становление и развитие. Disney вещает с 1983г. К настоящему времени он стал кабельным семейным развлекательным каналом. Изначально Disney Channel состоял из нескольких направлений: блок для детей дошкольного возраста, Vault Disney – ночной блок с классической анимацией Disney, и Zoog Disney, направленный на подростков до 15 лет. Позднее все эти блоки были заменены. Канал занялся производством комедий и мультсериалов, а также образовался детский канал для детей раннего возраста – Disney Junior. У канала Disney есть свое оригинальное кино – фильмы, созданные специально для телевидения, которые выпускает и показывает канал Disney, ориентированные на разновозрастную детскую аудиторию и молодые семьи. Кроме того, мультипликационная и художественная кинопродукция компании The Walt Disney Company широко распространена во всем мире.

В публикации «Детское телевидение в контексте культуры» [1] мы рассмотрели основные этапы развития детского телевидения за рубежом. Выделим основные положения данной работы относительно зарубежного детского телевидения: изменения сетки вещания на каналах, согласно которой детский контент получил свое место и время; совершенствование жанров и контента; создание общедоступных детских каналов; создание законов о телекоммуникациях, описывающих основные положения информационной безопасности; коммерциализация детского телевидения; качество и направленность отечественного контента. Из данных характеристик зарубежного телевидения мы можем выделить ряд проблем, с которыми сталкивается детское телевидение: глобализация, коммерциализация, отсутствие общедоступных детских каналов, жанрово-тематическая ограниченность контента, низкое производство либо отсутствие отечественных детских передач, кинематографии, мультипликации, общее низкое качество представленного контента, доминирование развлекательной функции.

Детское специализированное телевидение России в настоящее время представлено 23 детскими каналами. Каждый из них занимает свою информационную нишу. Есть каналы для малышей и молодых родителей («Baby TV», «Мать и дитя»), дошкольников и младших школьников («Мульт», «Nick Jr.» «TiTi»), подростков и юношества («Teen TV»), каналы для широкой аудитории в возрасте до 18 лет («Карусель», «Nickelodeon»), семейные каналы («Радость моя», «Disney»), каналы, вещающие на национальных языках («Тамыр», «Lale»). В 2014г. начал трансляцию первый детский спортивный канал «Sport Kids Channel». Каналы различаются не только по тематической и аудиторной направленности, но и по контенту: одни предпочитают заполнять эфир мультфильмами и мультсериалами («Мультимания», «Nick Jr.», «Jim Jam»), другие транслируют широкий диапазон программ для детей («Радость моя», «Карусель», «Disney»).

Рассмотрим подробнее виды контента на детском телевидении. Среди большинства детских каналов выделяются следующие составляющие: мультсериалы, детские передачи, художественные фильмы, телесериалы, мультфильмы. Также некоторые каналы изредка используют информационные жанры, транслируют детские спектакли и концерты. Психолог С. В. Мухина отмечает, что «немалое значение имеют образцы поведения, представленные в действиях сказочных персонажей, наделенных теми или другими чертами» [2]. Современные дошкольники окружены различной информационной продукцией, где преобладают сказочные герои. Эти персонажи встречаются на страницах книг, телевизионных экранах при просмотре художественных фильмов

и, чаще всего, мультипликационных фильмов. Следовательно, «мультфильм стал сегодня для ребенка одним из основных носителей и трансляторов представлений о мире, об отношениях между людьми и нормах их поведения» [3].

Большинство каналов (специализированных) передают мультсериалы в качестве основного контента. Этот тезис можно легко подтвердить, рассмотрев, например, эфирную сетку канала «Карусель». В будние дни мультсериалы составляют 66% эфирного времени, далее следуют передачи – 21%, телесериалы – 6%, художественные фильмы – 5%, мультфильмы – 2%. В будни более половины эфирного времени отведено под показ мультсериалов. Более половины мультсериалов представлены зарубежным контентом (страны-производители Великобритания, США, Канада, Германия, Италия, Франция, Австралия). Российский рынок мультсериалов активно начал развиваться в последние годы. На канале транслируются современные российские мультсериалы «Маша и медведь», «Лунтик и его друзья», «Смешарики», «Белка и Стрелка. Озорная семейка», «Тишка-паровозик», «Фиксики», «Гора самоцветов», «Незнайка на Луне». Советские мультфильмы транслируются на многих российских каналах. Современные полнометражные анимационные фильмы снимают в другой стилистике (например, фильмы о богатырях студии «Мельница»).

Многие каналы преимущественно развлекательной направленности заполняют эфир мультсериалами и мультфильмами. Эти каналы («Мульт», «Мультимания», «Nick Jr.», «TiJi», «JimJam») используют мультипликацию не только для развлечения, но и для обучения детей младшего возраста, поскольку дети младшего возраста легче воспринимают информацию через игровые формы, поучительные истории. В современной мультипликации используется немало примеров таких приемов, например в мультсериалах «Даша –путешественница» (США), «Лунтик и его друзья» (Россия), Страна Ози Бу (Франция), «Томас и друзья» (Великобритания), «Гора самоцветов» (Россия), «Приключения Адибу» (Франция), «Нуки и друзья» (Бельгия), «Мудрые сказки тетушки Совы» (Украина), «Мофи» (Япония). «Вперед, Диего, вперед (США).

Есть в современной мультипликации примеры контента, который не соответствует возрасту аудитории (из-за неправильного соотношения программной сетки), но больше волнения вызывает влияние зарубежной продукции на российского зрителя. «Многие современные мультфильмы построены без учета психологических, этических особенностей развития ребенка и могут иметь опасные для него последствия. В раннем возрасте ребенок неосознанно копирует поведение телевизионных персонажей, поэтому для родителей важно смотреть передачи вместе с ре-

бенком и объяснять происходящее на экране» [4]. В мультипликационной продукции иностранного производства присутствуют сцены агрессии и насилия, а также ориентация на зарубежный образ жизни («Губка Боб Квадратные Штаны», «КотоПёс», «Том и Джерри», «Волшебство Хлои», «Трансформеры: Прайм», «Скуби-Ду»).

Детские и семейные передачи разнообразной тематической и жанровой направленности также пользуются популярностью. Приведем следующую классификацию современных детских передач: интеллектуальные – «Вопрос на засыпку», «Сразись с нацией», «Один против всех» (Карусель); спортивные – «Спорт – это наука» (Карусель), «Веселая зарядка», «На старт» (Радость моя), «Олимпийская академия» (Улыбка ребенка); музыкальные – «Неовечеринка», «Танцы под Фасоль», «Детская утренняя почта» (Карусель), «Выше крыши», «Песенка в подарок» (Радость моя), «Teen Music Box» (Teen); – культурно-просветительские – «Русская литература. Лекции», «Про палитры и попитры» (Карусель), «Академия занимательных наук», «Шишкина школа», «Доброе слово», «Моя Третьяковка» (Радость моя), «Без чемодана» (Улыбка ребенка); историко-патриотические – «Аты-баты. Военная история России», «История России», «Русская культура» (Радость моя); религиозные – «Дом, в котором живет Бог», «Рассказы о святых», «Закон Божий» (Радость моя); кулинарные – «Маленький шеф», «Неокухня», (Карусель), «Ты-кулинар» (Улыбка ребенка), «Детское меню» (Мать и дитя); о животных – «От носа до хвоста», «Жизнь замечательных зверей», «Ребята и зверята» (Карусель); публицистические – «Камо грядеши», «Трудное счастье» (Радость моя), «Недетский вопрос», «Школа молодых отцов», «Школа доктора Комаровского» (Мать и дитя); о моде – «Мода из комода» (Карусель), «Королева бала» (Teen), «Girls only» (Детский); реалити-шоу – «10 желаний» (Teen), «Счастье в доме» » (Мать и дитя); юмористические – «Классные уроки» (Улыбка ребенка), «Детские забавы Хайди Клум», «Дети Life» (Мать и дитя).

Данная классификация получила довольно многочисленную. В данной типологии указаны наиболее популярные темы. Кроме того, можно классифицировать передачи, исходя из выполняемых ими функций: обучающие – «Давайте рисовать», «Fanny English» (Карусель), «Мастера и мастерицы» (Радость моя); познавательные – «Аркадий Паровозов спешит на помощь», «Есть такая профессия» (Карусель); развлекательные – «Разные танцы» (Карусель), «Устами младенца» (Disney), «ЗанзиБар» (Детский). Некоторые из них несут в себе несколько функций, например, развлекательную и обучающую, познавательную и развлекательную. Среди детского контента есть передачи, например о видах искусства, когда мастера изготавливают что-либо, а ведущие или

дети потом повторяют то, чему научились. В таких передачах происходит сочетание теории и практики.

Обратимся к жанрам детских передач. Наиболее распространенными для России несколько десятилетий подряд являются интеллектуальные викторины («Умницы и умники», «Самый умный»). На детском телевидении используются жанры ток-шоу («Камо грядеши», «Трудное счастье»), скетчи («Дети Life», «Осторожно, дети»), игровые шоу («Школа Аркадия Паровозова»). Новым жанром детского телевидения является реалити-шоу, популярные в США и Великобритании. Передачи такого рода относятся к развлекательной разновидности, сюжет основан на показе действий группы людей в приближенной к жизни обстановке. В России на детском телевидении такие передачи не распространены. Однако на эфирных и неэфирных каналах детям доступны реалити-шоу, которые выдерживают возрастной ценз 16+.

Особого внимания заслуживают передачи канала «Радость моя» – детского семейного образовательного светского телеканала, несущего приверженность православным традициям. Визитная карточка телеканала – цикл программ для маленьких зрителей «Шишкин лес». Кукольные персонажи (Зубок, Коксик, Веснушка, Шуня, Енот-Енотыч, Матильда Леонардовна) вместе с ведущим-взрослым поют, рассказывают сказки, изучают школьные предметы, мастерят поделки, учатся уважать старших и помогать младшим, прощать и понимать друг друга, справляться со страхом и ленью. В передаче есть рубрика «Мастерская», помогающая детям младшего возраста сделать оригинальную поделку или новую игрушку своими руками. Другие проекты «Сказки и истории», «Доброе слово» будут интересны как детям, так и взрослым. Передачи представляют поучительные истории, которые могут произойти с каждым зрителем. «Сказки и истории» – это инсценировка ситуации, вначале появляется ведущий, который подводит к рассказу, а затем актерами обыгрывается сама ситуация, в конце передачи ведущий выносит мораль. Есть обучающие программы. Например, «Академия занимательных наук», «Академия занимательных искусств», где в доступной форме рассказывается о школьных дисциплинах – математике, химии, физике, биологии, музыке, словесности, географии. На канале транслируются разнообразные по жанрово-тематическому составу передачи: молодежные ток-шоу («СО-ВЫ», «Новый уровень»), о воспитании детей («Взрослым о детях», «Мне нужен совет»), патриотические («Знай наших», «Аты-баты», «Своими глазами»), музыкальные («Выше крыши», «Колыбельные песни», «Песенка в подарок»), спортивные («Веселая зарядка», «На старт»). Регламент передач составляет 7, 15, 25, 40 и 60 минут.

В прошлом году в эфире канала «Радость моя» появился информационный жанр «Детские новости» – программа, которую делают дети. До этого момента жанра детских новостей на российском телевидении давно не было. В отличие от российских коллег немецкий детский общественный канал «KI.KA» уже несколько лет успешно практикует этот жанр.

Каналы «Карусель», «Улыбка ребенка» изредка показывают детские концерты. На современном детском телевидении редко транслируются такие популярные художественные жанры советского детского вещания, как спектакли и детские концерты. Хотя телеканалы «Культура» и «ОТР» в последнее время ведут показ именно этих программ для детей. В некоторых передачах как метод получения информации используется интервью («Мультстудия» – приглашенный гость отвечает на вопросы о мультипликации). Также возрождающимся жанром на российском детском телевидении является трансляция спортивных соревнований.

Художественные детские фильмы отечественного производства редко снимают в России, транслируются в основном советские сказки в выходные и праздничные дни. Один из фильмов последних лет – картина «Щенок», снятый по повести протоиерея Николая Агафонова. Фильм стал призёром в программе «Наше новое детское кино» VII Московского фестиваля отечественного кино «Московская премьера» (2009), на IX Международном детском фестивале искусств «КИНОТАВРИК®» (2009), получил множество наград и дипломов. Канал «Радость моя» транслирует, помимо художественных, документальные фильмы – «Андерсен. Загадка «Снежной королевы»», «Будь готов», «Вечная история о гадком утенке», «Русская наука: от Петра до XXI века», «Мультипликация – моя любовь».

Еще один вид детского контента, набирающий обороты на телевидении – телесериалы. Как правило, это детские («Принцесса», «Классная школа», «Своя команда», «Полосатое счастье»), семейные («Папины дочки», «Супер Макс»), юношеские комедии («Простые истины») и драмеди («Кадетство», «Кремлевские курсанты», «Ранетки»). Драмеди – это жанр кино, соединяющий в себе элементы драмы и комедии. Транслируют по телевидению также зарубежные телесериалы «Доктор Кто», «Лентяево», «Могучие Рейнджеры: Космический патруль "Дельта"», «Ханна Монтана», «Держись, Чарли».

Исполнительный директор по России и СНГ, Lagardere Active TV (телеканалы TiJi и Gulli) А. Адылова отмечает, что «отечественный производитель контента в нашей традиции – творец и гений, ориентированный на создание уникального, штучного, нетленного продукта. Но реалии современного ТВ, особенно нишевого, таковы, что необходимо

постоянное присутствие продукта в вещательной сетке: сериалы определенного хронометража и сезоны программ, которые могут идти на канале достаточно долго, привлечь и удерживать аудиторию на протяжении долгого периода» [7]. Такой вывод делает специалист, исходя из реальной ситуации на рынке детского телевидения.

Таким образом, в истории детского телевидения есть ряд проблем, с которыми сталкиваются любая страна. Прежде всего, такими проблемами являются негативное влияние глобализации, коммерциализация, а также отсутствие общедоступных каналов, трансляция некачественной импортной продукции, ориентация на развлекательные программы в ущерб образовательным и воспитательным, невысокое производство качественной отечественной мультипликации и кинематографии для детей.

#### *Литература*

1. Мыгаль, М. С. Детское телевидение в контексте культуры / М. С. Мыгаль // Международная журналистика-2014: диалог культур и взаимодействие медиа разных стран : материалы Третьей Междунар. науч.-практ. конф., 20 февр. 2014г., Минск / под общ. ред. Т. Н. Дасаевой ; сост. Б. Л. Залесский. – Минск : Изд. центр БГУ, 2014. – С. 204–214.

2. Мухина, В. С. Детская психология / В. С. Мухина. – Москва, 1985.–272 с.

3. Соколова, М. В. Персонажи современных мультфильмов в играх и игрушках детей / М. В. Соколова // Психологическая наука и образование. – 2011. – №2. – С. 68-74.

4. Мыгаль, М. С. Зарубежные детские каналы в России: специфика воздействия на аудиторию / М. С. Мыгаль // Мультимедийная журналистика Евразии-2013: интертекстуальность новых медиа и феномены культуры в медиапрактике в едином глобальном информационном пространстве Востока и Запада. – Казань: Казанский ун-т, 2014. – 195 с.

5. Адылова, А. У наших детей уже новые герои / А. Адылова // "Broadcasting. Телевидение и радиовещание". – 2011. – № 4.

**Мікіта Найдзёнаў**

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

## **СПРОБЫ СТВАРЭННЯ ІНТЭРНЭТ-ТЭЛЕБАЧАННЯ У БЕЛАРУСІ**

Апошнія дзесяцігоддзі развіццё тэлебачання адзначылася істотнымі зменамі, якія маюць сістэмны характар. Сёння пад уплывам розных фактараў: глабалізацыі, інтэрнэтызацыі, змяшэння журналісцкіх жанраў

і форм ідзе актыўнае станаўленне новага СМІ, якое асабліва актыўна выкарыстоўвае інтэрнэт.

Інтэрнэт-тэлебачанне – гэта ў вузкім сэнсе лічбавае распаўсюджванне тэлекантэнту праз інтэрнэт. Інтэрнэт-тэлебачанне з’яўляецца агульным тэрмінам, які ахоплівае дастаўку тэлевізійных шоў і іншых тыпаў відэаконтэнту па глабальнай Сетцы. Тэрмін вэб-тэлебачанне ці анлайн-тэлебачанне часта выкарыстоўваецца для апісання кароткіх праграм або відэа для выкарыстання тэлевізійных вярчальнікаў. Аднак у шырокім сэнсе гэтага слова онлайн-тэлебачанне – СМІ з новым зместам, з новым падыходам да мэтавай аўдыторыі. Патрэбы інтэрнэт-аўдыторыі больш высокія, чым у глядачоў тэлеэфіру. У вялікай разнастайнасці ютуб-каналаў карыстальніка не так проста нечым затрымаць, а тым болей тым, што было разлічана на тэлеаўдыторыю. Сёння кожны беларускі тэлеканал мае сваю інтэрнэт-старонку, якая паведамляе пра дзейнасць медыя і дае магчымасць дадатковай дыстрыбуцыі кантэнту. Большасць тэлеканалаў маюць анлайн-вяшчанне як пералік таго, што ідзе ў рэальным часе на экране і выкладаецца ў інтэрнэт. Альбо сетку онлайн-вяшчання складаюць праграмы, якія нядаўна былі ў эфіры.

Сёння рэдка трапляе ў сетку онлайн-вяшчання тое, што дагэтуль не было ў тэлеэфіры. Яскравы прыклад таго быў на tvf.by, сайце Белтэлерадыёкампаніі, падчас адбору фіналістаў Еўрафэсту, якую транслявалі выключна онлайн. У выніку саму онлайн-трансляцыю паглядзела некалькі соцень тысяч чалавек па ўсім свеце [1]. Сёння рэестр беларускіх тэлеканалаў складаюць “Беларусь 1”, “Беларусь 2”, “Беларусь 3”, “Беларусь 5”, “Беларусь 24”, “ОНТ”, “СТВ”, “БелмузТВ”, “РТР Беларусь”, “Белсат”, “ІТВ”, «ТРО», “8 канал”. Кожны з гэтых тэлеканалаў прадстаўлены сайтам з магчымасцю глядзець онлайн. Але пакуль толькі некаторыя з іх ствараюць кантэнт з разлікам у першую чаргу на інтэрнэт аўдыторыю. Тым не менш, такія спробы ўжо ёсць. А некаторыя з іх даволі паспяховыя.

Праект тэлеканала ОНТ «Легенды LIVE» – праграма, у якой беларускія артысты спяваюць сусветныя хіты ў сваёй манеры. Аўдыторыя праекта вельмі розная, бо добрую ды правераную часам музыку любяць многія. І калі потым выкласці на youtube, меламаны з усяго свету з лёгкасцю змогуць знайсці праз пошук The Beatles, Queen, Red Hot Chili Peppers патрэбны выпуск праграмы. Разлік стваральнікаў праграмы апраўдаў сябе. Відэа гурта Стары Ольса песні Metallica назбірала 764377 праглядаў [2]. Гэта адразу прыцягнула амаль 1200 падпісантаў на ютуб-канал, дзе быў выкладзены відэазапіс. Для байнэту гэта істотная лічба. Да таго ж амаль усе прагляды відэа прыйшлі з іншых краін.

Напрыклад, праект “Дыя@блог” тэлеканала “Беларусь 3”. Самі аўтары наступным чынам характарызуюць свой праект: “Дыя@блог” – гутарка на актуальныя тэмы паміж вядучымі, іх гасцямі і тэлегледцамі. Асноўны канал зносін з аўдыторыяй – блогі, у якіх вядучыя не толькі анансуюць тэмы праграм, але і абмяркоўваюць важныя грамадскія праблемы, адказваюць на пытанні гледачоў. У выніку дыскусій нараджаюцца тэмы для новых выпускаў [3].

Назіраецца ўжо і зваротная тэндэнцыя: ставіць у тэлеэфір відэакантэнт, які спачатку быў у інтэрнэце. Па сутнасці, беларускім першапраходцам у гэтым стаў музыкант Віталь Карпанаў, лідар гурта Дрозды, са сваімі праектамі. Дро-шоу, Дро-гастроли і Дро-мото выходзяць на трох розных каналах: «Белмуз ТВ», «Беларусь 2» і «Беларусь 1» адпаведна. А пачыналіся гэтыя праекты з аматарскіх відэа, знятых Віталікам Карпанавым уласнаручна на адну камеру [4].

Сёння на экране тэлебачання можна пабачыць вядучых, якія займелі спачатку папулярнасць у інтэрнэце. Вядучыя папулярнага інтэрнэт-шоу «Г\*вно вопрос» [5] Арцём Рыбакін і Андрэй Бонд сёння вядуць забаўляльныя шоу на тэлеканалах Белтэлерадыёкампаніі і ОНТ. Ці азначае гэта, што айчыннае тэлебачання спускае планку – не факт. Але тое, што яно імкнецца адпавядаць інтарэсам сваёй аўдыторыі – безумоўна. Гэта толькі пачатак інтэрнэтызацыі беларускага тэлебачання. Але за гэтым цікава назіраць, бо беларускае інтэрнэт-тэлебачанне выбудоўвае сваю гісторыю, а мы з’яўляемся не пасіўнымі назіральнікамі, але тымі, ад каго таксама залежыць яго будучыня.

#### *Літаратура*

1. <http://minsknews.by/blog/2014/12/03/v-natsionalnom-otbore-na-evrovidenie-2015-budut-uchastvovat-100-ispolniteley/>
2. <https://www.youtube.com/watch?v=YTCiuTUaEvs>
3. <http://3belarus.by/content/дыблог>
4. <https://www.youtube.com/channel/UCWsZxxV6lkO2h-Lna9HA1Ng>
5. <https://www.youtube.com/watch?v=ROS9RbnLDvs>

**Евгений Олейник**

*Белорусский государственный университет*

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ И ИНФОРМАЦИОННЫЙ ТЕРРОРИЗМ: К ВОПРОСУ О РАЗЛИЧИЯХ**

Средства и способы ведения войн с течением времени претерпели существенные изменения: от традиционных форм, определяющихся

применением физической силы по отношению к противнику, к формам холодной войны. Закономерным следствием последней стало появление информационных войн (ИВ), во многом обусловленное стремительным развитием мирового коммуникационного пространства. Сегодня информационным оружием выигрывается противоборство между странами. Силловые методы, если используются, то лишь в качестве завершающего аккорда и только после того, как борьба, по сути, уже закончена.

Наряду с появлением информационных войн в 1980-х годах возникло и такое явление, как информационный терроризм (ИТ), или кибертерроризм. Этот термин 35 лет назад ввёл сотрудник американского Института безопасности и разведки Б. Коллин, который с его помощью обозначил террористические действия, совершаемые в виртуальном пространстве. За три с лишним десятилетия ИТ трансформировался в серьёзную угрозу безопасности мирового устройства. Его развитию способствовал тот же фактор, благодаря которому стало возможным ведение информационной войны, – развитие информационного пространства.

Определений термина ИТ выдвигается много. Единой точки зрения относительно того, какое из них наиболее соответствует действительности, не существует. Например, в докладе Генерального секретаря Организации Объединённых Наций ИТ называется использование телекоммуникационных и информационных систем и ресурсов и воздействие на такие системы и ресурсы в международном информационном пространстве в террористических целях. Наиболее точное определение ИТ, на наш взгляд, предлагает исследователь А. Н. Кулибаба: «Информационный терроризм – психоинтеллектуальная опасная диверсия, направленная против нормального состояния здравомыслящего ума-рассудка-разума людей» [1]. Этой дефиницией выражается суть ИТ как явления, использующего в качестве главного своего оружия информацию [2].

Широкая палитра взглядов по данному вопросу обусловлена, прежде всего, сложностью разграничения столь схожих явлений, как информационный терроризм и информационная война, которая, в свою очередь, определяется как «широкомасштабная информационная борьба с применением способов и средств информационного воздействия на противника в интересах достижения целей воздействующей стороны» [3]. Общие черты двух явлений – использование информационного пространства в качестве «поля боя», наличие противоборствующих сторон, ставящих перед собой конкретные цели по подавлению мощи противника. Однако важно разграничивать данные понятия, поскольку без этого представляется невозможной выработка оптимальной стратегии про-

тиводействия – особенно в том, что касается борьбы с ИТ. С 2001 по 2014 гг. число жертв при терактах в мире выросло на 44% – до 18 тысяч человек в год. Значительный рост данная тенденция показала в 2013 году, когда произошло почти 10 тысяч случаев агрессии, что почти наполовину больше, чем годом ранее.

Рассмотрим основные отличия информационной войны и информационного терроризма. Первое – противоборствующие стороны. ИВ, как правило, ведутся между государственными образованиями. Их существенными чертами являются наличие суверенитета, аппарата управления и принуждения. Пример – конфликт между Россией и Грузией, разгоревшийся в 2008 году. Подобная информационная война в настоящий момент ведётся в отношении России. Поводом для неё стала смена политического режима в Украине и последующие за тем события. В то же время ИТ, как и любая другая форма терроризма, предполагает противостояние, с одной стороны, государственного образования, с другой, негосударственного, чаще всего террористического образования. Это не конфликт равноправных субъектов, а значит, он не может прекратиться по согласованию сторон, как прекращается или затихает ИВ после того, как отношения между странами нормализуются. В случае с ИТ война ведётся до уничтожения соперника. Яркий пример террористической организации, активно использующей ИТ в своей деятельности – Исламское государство Ирака и Леванта (ИГИЛ), действующее на территории Сирии и Ирака. Члены ИГИЛ, в частности, известны тем, что размещают видео с казнью заложников в интернете, преследуя цели устрашения. Периодическими вбросами в СМИ отмечается террористическая организация «Аль-Каида».

Второе – методы. Мы уже отмечали, что ИВ, как и ИТ, используют информационное пространство в качестве места действия. При этом для информационной войны характерно воздействие информационным потоком на военное и гражданское население страны-соперника. При этом речь идёт преимущественно об информировании, навязывании определённой точки зрения, но не устрашении. Последнее – характерная черта ИТ, воздействие которого неизменно сопряжено с использованием страха в качестве главного оружия. Это же, к слову, приличествует всем видам терроризма. В ИТ могут использоваться все виды современного информационного оружия. В то же время «тактика и приемы его применения существенно отличаются от тактики информационной войны и приемов информационного криминала» [4]. Для терроризма важно, чтобы акт агрессии имел опасные последствия, получил большой общественный резонанс и имел перманентную подпитку со стороны средств

массовой информации. Передаваемые в СМИ требования террористов, как правило, содержат в себе угрозу повторения агрессии.

Широкий резонанс получил теракт, устроенный в 2011 году норвежским националистом и террористом Андерсом Брейвиком. Напомним, в результате теракта погибли 77 человек, свыше полутора сотен получили ранения. Брейвик привлёк к себе внимание многочисленными громкими заявлениями, нацеленными против иммиграционной политики Норвегии, а также своим поведением во время судебного процесса над ним. Например, в начале заседания, сразу после того, как с норвежца сняли наручники, он вскинул руку в нацистском приветствии, а также заявил, что не считает себя виновным. Впоследствии террорист объявил самого себя политическим активистом и борцом за спасение Норвегии от исламизации. Долгое время судебный процесс над Брейвиком был главной темой европейских СМИ. Излишняя популярность дала негативный эффект: привела к появлению последователей террориста.

Третье – цели. Цель информационной войны достигается таким воздействием на противника, в результате которого он самостоятельно, без принуждения принимает благоприятные для атакующей стороны решения [3]. Цель информационного терроризма – дестабилизация общества, которая исходит из существования фундаментальной противоположности между террористом и объектом его воздействия, которая, отмечает в своём «Духе терроризма» Ж. Бодрийяр, указывает сквозь призму Америки и сквозь призму ислама на триумф глобализации в столкновении с ней самой. Сразу после теракта в одиннадцатом округе Парижа 7 января 2015 года, когда была атакована редакция сатирического еженедельника Charlie Hebdo, на одном из исламистских сайтов появилось сообщение, в котором Франции угрожали новыми нападениями в том случае, если страна не прекратит борьбу с исламом. Как видно, задача террористов – не заставить соперника принять благоприятные для них решения, но свергнуть государство в хаос.

Угрозы, которые несёт в себе информационный терроризм, – важнейший геополитический фактор, сопоставимый с влиянием, оказываемым информационными войнами. Противодействие этим угрозам требует координации усилий всех без исключения стран и организаций, представленных на международной арене.

#### *Литература*

1. Кулибаба, А. Н. Информационный терроризм / А. Н. Кулибаба // [Электронный ресурс]. – 1993. – Режим доступа: <http://law.edu.ru/doc/document.asp?docID=1252544>. – Дата доступа: 02.01.2015.

2. Олейник, Е. Ю. Информационный терроризм в контексте политического кризиса в Украине / Е. Ю. Олейник // Журналистика-2014: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 16-й Міжнар. навук.-практ. канф., 4–5 сн. 2014 г., Мінск / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Вып. 16. – Мінск : БДУ, 2014. – 569 с.

3. Гриняев, С. Н. Поле битвы – киберпространство: теория, приёмы, средства, методы и системы ведения информационных войн / С. Н. Гриняев. – Минск, 2004. – 448 с.

4. Турунок, С. Г. Информационный терроризм: выработка стратегии противодействия / С. Г. Турунок // Общественные науки и современность. – 2011. – № 4. – С. 131–140.

**Таццяна Падалаяк**

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт*

## **ПРАФЕСІЯНАЛІЗМ І МАРАЛЬНЫ ВЫБАР ЖУРНАЛІСТА**

У працэсе прафесійнай дзейнасці журналіст досыць часта сутыкаецца з праблемай маральнага выбару. Сярод умоў, неабходных для ажыццяўлення рэальнага маральнага выбару, можна вылучыць наступныя: адсутнасць прамога прымусу і забаронаў, асэнсаванне варыянтаў выбару і прадбачанне яго магчымых наступстваў.

Маральны выбар – усвядомлены выбар таго ці іншага сцэнарыю паводзінаў у адпаведнасці з асабістымі маральнымі ўстаноўкамі; гэта самавызначэнне асобы ў дачыненні да маральнай матывацыі, сістэмы каштоўнасцей, аксіялагічнай арыентацыі і ўласнай пазіцыі. Такім чынам, журналіст, робячы маральны выбар, або аддае перавагу маральным каштоўнасцям, або адступаецца ад іх дзеля мэтазгоднасці, практычнага поспеху, асабістых інтарэсаў і выгады.

На працягу многіх гадоў вядзецца палеміка адносна вядомага здымка «Голад у Судане», за які амерыканскі журналіст Кевін Картэр (англ. *Kevin Carter*) атрымаў Пулітцэраўскую прэмію (англ. *Pulitzer Prize*) – адну з самых прэстыжных узнагарод ЗША ў галіне журналістыкі. Вясной 1993 года Картэр прыляцеў у Судан здымаць сцэны голаду. У полі, парослым дробным хмызняком, ён пачуў ціхі плач і ўбачыў знясіленую дзяўчынку, якая памірала ад голаду: бацькі пакінулі яе ненадоўга, каб разгрузіць самалёт з гуманітарнай дапамогай. За спінай дзяўчынкі сядзеў грыф-сцяравятнік. Асцярожна, каб не спудзіць птушку, Кевін зрабіў некалькі здымкаў і стаў чакаць, што грыф расправіць крылы, і з’явіцца магчымасць зрабіць яшчэ лепшы, больш эфектны кадр. Аднак птушка не варушылася, а дзяўчынка сабрала апошнія сілы і папаўзла... Газета *The New York Times* адразу купіла гэты

фотаздымак, які стаў сімвалам гаротнага становішча ў Афрыцы і адразу зрабіў Кевіна Картэра знакамітым. А што здарылася з дзяўчынкай, чаму фатограф ёй не дапамог? – гэтыя пытанні гучалі ўсё часцей. Кевіна параўноўвалі са сцяратнікам на здымку: чалавек, які спакойна наладжвае свой аб'ектыў, каб зняць пакуты маленькай дзяўчынкі, – усё роўна што драпежнік, яшчэ адзін сцяратнік. Глыбокая дэпрэсія прывяла фотарэпарцёра да самагубства, ён звёў рахункі з жыццём у ліпені 1994-га, праз тры месяцы пасля атрымання Пулітцэраўскай прэміі, у 33-гадовым узросце.

Ці можа журналіст грэбаваць маральнымі нормамаі дзеля выканання прафесійнага доўгу? Гэтае пытанне абмяркоўвалі на старонках газеты “Советская Белоруссия” (11.04.2009) аўтары рубрыкі “Спор-площадка” Раман Рудзь і Андрэй Дзяменцьеўскі – акурат на прыкладзе здымка «Голад у Судане» Кевіна Картэра. Журналісты аналізавалі ўсе магчымыя аргументы “за” і “супраць”.

Так, Раман Рудзь перакананы: слёзы рэпарцёра павінны заставацца за кадрам, паколькі мэта журналістыкі – данесці да аўдыторыі глыбіню чужых пакут, а гэта нельга зрабіць, аддаўшыся уласным эмоцыям. Хіба сыты свет спазнаў бы ў поўнай ступені цяжар пакут невядомага Судана, калі б Кевін Картэр адкінуў сваю камеру і пачаў ратаваць канкрэтную дзяўчынку? – задае пытанне Р. Рудзь і тлумачыць сваю пазіцыю: Картэр выдатны журналіст, таму што не даваў волі пачуццям, пакуль не выканаў прафесійны абавязак. А яго зацкавалі...

«Голад у Судане» – не адзінае “шокавае” фота ў гісторыі сусветнай журналістыкі. Жудасныя наступствы вывяржэння вулкана ў Калумбіі ў 1985 годзе атрымалі шырокі розгалас ва ўсім свеце дзякуючы фатаграфіі маленькай дзяўчынкі Амайры Санчаз (ісп. *Omayra Sánchez Garzón*). Яна, заціснутая бетоннымі канструкцыямі ў смяротную пастку, тры дні памірала пад аб'ектывамі фота- і тэлекамер: вызваліць яе не маглі нават прафесійныя ратавальнікі. Грамадзянская вайна ў Іспаніі скаланула свет пасля фатаграфіі Роберта Капы (англ. *Robert Capa*) «Смерць салдата» ў верасні 1936 года. “Почему-то мир не требовал, чтобы репортеры прекратили съемку маленькой Омайры – наоборот, Колумбия благодарила журналистов за бесстрастность их объективов. Никто не желал, чтобы журналист Капа бросался оказывать первую помощь подстреленному республиканцу – напротив, все были восхищены хладнокровием фотографа и его верностью профессиональному долгу... А то, что творится в душе репортера, должно оставаться за кадром. И уж тем более – вне ханжеских обсуждений обывателя, не знающего, каково это – стискивать эмоции зубами, чтобы не разреветься, и продолжать искать выгодный ракурс” (Советская Белоруссия, 11.04.2009).

Журналіст Андрэй Дзяменцьеўскі (*Андрей Дементьевский*), наадварот, шакаваны фотаканібалізмам. На яго думку, прыклад Кевіна Картэра паказвае, як далёка можна зайсці ў пагоні за поспехам і грашыма: замест сэрца ў гэтага рэпарцёра быў затвор фотакамеры, інакш не патлумачыш, чаму ён нават не падумаў аб аказанні дапамогі – што, як мінімум, цягне на артыкул Крымінальнага кодэкса, які прадугледжвае пакаранне за «наўмыснае пакіданне чалавека ў небяспецы».

Ахвяра жорсткай моды – так трапна назваў Кевіна Картэра А. Дзяменцьеўскі, пры гэтым удакладніўшы: не ён першым ператварыў журналістыку ў своеасаблівы Калізей з паміраючымі гладыятарамі і цікаўнай публікай. А цяпер на месца Кевіна Картэра становяцца новыя фотапаляўнічыя за галовамі, на медыя-поле выйшлі полчышчы беспрынцыпных, халодных да чужога болю рэпарцёраў-кілераў. «Они вынимают из нашей профессии душу и смеются над «совковыми журналогами», пропускающими каждую тему, проблему, героя очерка через себя... Они любят повторять: «Ничего личного! Только бизнес!» Их халтурно склепанные «спецрпортажи» засорили блоги и ресурсы социальных сообществ. Экстремисты из «новых медиа» придумали хеппи-слеппинг – реальные съемки на мобильники уличного насилия. Более «толерантные», подобно твоему подзащитному Картеру, просто спокойно фотографируют чужую беду, не желая вмешиваться и кого-то спасать. Свежий пример – гибель минского паренька в Свислочи. Парень утонул под прицелом десятков черствых доморощенных картеров» (Советская Белоруссия, 11.04.2009).

Выдатны беларускі фотажурналіст, аўтар некалькіх кніг па фатаграфіі Аляксандр Дзітлаў на пытанне “Ці можа журналіст грэбаваць маральнымі нормамаі дзеля выканання прафесійнага доўгу?” адказаў прыкладам з уласнага рэпарцёрскага вопыту. «Самога страшнаго снимка я так і не сделал...» – так называецца яго інтэрв’ю, змешчанае за некалькі тыдняў да смерці ў газеце “Рэспубліка” (30.05.2009). 97-гадовы старэйшына айчыннай журналістыкі раскажаў маладому калегу Васілю Матвееву, што з ліпеня 1941-га ён быў на фронце, “з лейкай і блакнотам” хадзіў у наступленні разам з войскамі, праз лінію фронту – да партызанаў, быў паранены; у 1943-м цудам застаўся жывым, калі немцы прарвалі абарону, загналі нашых салдат у балота і фактычна расстрэльвалі ва ўпор. “В его снимках с передовой – едкий дым артиллерийских выстрелов, скорость начинающейся атаки, вмиг обмякшее и невесомое от попадания пули человеческое тело” (Рэспубліка, 30.05.2009). Жудасныя кадры вызвалення вязняў лагераў у Азарычах, у Магілёве: зусім старыя людзі ва ўзросце 25–30 гадоў. У аднаго з іх –

твар Христа і вочы, якія хацелі, але ўжо не маглі плакаць. Гэты здымак-вобраз Дзітлаў назваў «Ісус з Вязняў».

Які быў самы страшны здымак на вайне? Аказалася, Аляксандр Дзітлаў яго... не зрабіў. Вось як ён сам патлумачыў, чаму: “Это было по дороге Москва–Ленинград: медпункт в маленькой деревушке, сарай. За одним из них я натыкаюсь на поленницу из голых замерзших трупов. Они лежали, как дрова: один ряд вдоль, второй — поперек. Я стоял перед ними – живой, здоровый, молодой – и понимал, что фотографировать их нельзя. Не по-людски как-то. Каждый из нас мог лежать в этой поленнице. В этой жуткой стопке. Словом, самого страшного своего снимка я так и не сделал. И несколько не жалею: не снять порой – это тоже высокое искусство” (Рэспубліка, 30.05.2009).

Кевін Картэр і Аляксандр Дзітлаў. Розныя падыходы да жыцця – а, значыць, і да журналістыкі. Узаема сувязь тут – прамая.

**Анна Полещук**

*Київський національний університет культури і мистецтв,  
Україна*

## **РАЗВИТИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО МЫШЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ "ЖУРНАЛИСТИКА"**

Личностно ориентированный подход к обучению, который, основываясь на принципах индивидуализации, способствует созданию условий для саморазвития, должен быть приоритетным не только в общеобразовательной, но и высшей школе. Учитывая использование в современном образовании, одной из задач которого является развитие творческой личности, инновационных технологий для оптимизации учебного процесса, считаем необходимым активно использовать такие дидактические методы и приемы, которые будут способствовать развитию художественного мышления студентов, что, по утверждению исследователя Л. В. Нечаевой, является интеллектуальным процессом, "в котором принимают участие все его виды: абстрактно-логическое мышление, наглядно-образное и наглядно-действенное" [1, с. 78]. Именно поэтому разработка методических рекомендаций по использованию эйдотехники и написанию литературного сценария видеорекламы для развития художественного мышления студентов, обучающихся по специальности "Журналистика", является актуальной.

Использование эйдотехники во время преподавания учебных дисциплин "Литературный стиль", "Украинская литература", "Зарубежная литература", "Общая и авторская стилистика" не только способствует

развитию образного, логического мышления и творческих способностей студентов, но и, диагностируя степень усвоения учебного материала, делает видимыми особенности восприятия прочитанного произведения. В этой статье речь пойдет о таком приеме вышеупомянутой инновационной технологии, как моделирование эмблемы произведения или литературного направления.

Вышеупомянутое задание (создание эмблемы) уместно давать после системного анализа поэтического или прозаического произведения, что способствует повторному ознакомлению с его содержанием, поиску оригинальных образов для качественного выполнения задания. Подготовка эмблемы побуждает студентов обращать внимание на цветовую гамму, художественные детали, которые имеют важную идейную нагрузку, создавая подходящую комбинацию образов. Учитывая стремительное развитие инфографики, сущность которой заключается в визуализации текстов, в частности в образной перекодировке информации, создание эмблем произведения и литературного сценария видеорекламы развивает необходимые навыки у студентов, обучающихся по направлению подготовки "Журналистика".

Чтобы студенты смогли качественно выполнить поставленную перед ними задачу, необходимо провести подготовительную работу. Речь идет о коллективном анализе эмблемы произведения, которую трудно "узнать" из-за неуместного использования образов. Выполнение такой задачи не только способствует развитию критического мышления, но и побуждает студентов выражать свои мысли. Если во время идентификации эмблемы возникают трудности, можно использовать три интересные подсказки (желательно шуточные и завуалированные), которые помогут "узнать" произведение.

Своеобразным подготовительным этапом к индивидуальному выполнению задания является коллективное устное рисование эмблемы произведения, когда участие в создании принимают все студенты, анализируя ее элементы и аргументируя уместность их использования. Можно предложить дорисовать эмблему. Например, после анализа новеллы М. Хвильевого "Я (Романтика)" преподаватель демонстрирует незаконченную эмблему, на которой изображены весы, символизирующие выбор главного персонажа. Студенты должны добавить необходимые элементы, учитывая идейно-тематический и образный уровень новеллы.

После подготовительных этапов, когда студенты будут готовы к творчеству, необходимо предложить алгоритм выполнения эмблем: 1.Прочитайте предложенное произведение. 2.Определите тему, идею, проблематику произведения. 3.Выясните идейную нагрузку образов

произведения. 4. Перекодируйте полученную информацию в символы, сочетание которых стало бы визитной карточкой прочитанного вами произведения. Для достижения желаемого результата стоит обратить внимание на детали произведения и образные ассоциации, связанные с ними. 5. Нарисуйте эмблему, учитывая символику цвета. 6. Письменно растолкуйте каждый символ, учитывая содержание произведения.

Необходимо также подчеркнуть, что эмблема произведения не должна быть иллюстрацией эпизода произведения. Чтобы студенты имели представление о том, что такое эмблема произведения, нужно продемонстрировать несколько примеров (эмблема сказки "Золушка" – на двух кольцах стоит хрустальный башмачок; эмблема сказки "Снежная королева" – красная роза в вихре снежинок). Демонстрация в аудитории различных вариантов эмблемы одного произведения и декодирование использованных в ней элементов способствуют совершенствованию образного мышления студентов.

Создавая эмблему новеллы Коцюбинского "Цвет яблони", студенты чаще всего используют комбинацию образов цвета яблони (символ вечного круговорота – жизнь-смерть-жизнь), листа бумаги с карандашом (иллюстрация внутренней раздвоенности (отец-писатель) главного персонажа), свечи (олицетворение борьбы жизни и смерти). Интересным вариантом эмблемы вышеупомянутого произведения является изображение часов, обвитых увядшим и живым цветом яблони.

На эмблемах, созданных студентами для презентации новеллы Хвильевого "Я (Романтика)", чаще изображены весы (символ колебания главного персонажа (чекист-человек) между добром и злом, фанатизмом и гуманностью) с оружием и мятой. Именно последний образ является идентификатором новеллы, поскольку эта повторяющаяся одоративная деталь, способствуя возникновению ассоциативного ряда "покой - уют - родной дом - мать", имеет важную идейную нагрузку. Комбинация таких образов, как звезда Давида, терн, фигура в плаще (Азазель), человек с посохом, является визитной карточкой поэмы И. Франко "Моисей". Для эмблемы новеллы М. Коцюбинского "Интермеццо" студенты преимущественно используют антитезу на образном (город-село) и колористическом (серый – зеленый) уровнях.

Правильно выполненная эмблема, благодаря декодированию информации, зашифрованной в образах, обеспечивает быстрое припоминание его содержания. Важным этапом выполнения этой задачи является презентация эмблемы, сущность которой заключается не только в демонстрации, но и толковании символов. Презентация может иметь два варианта: студент, показывая эмблему, самостоятельно толкует

символы; студент, показывая эмблему, к процессу декодирования привлекает присутствующих и дополняет их ответы.

Во время преподавания дисциплины "Литературный стиль" уместно было бы после ознакомления студентов с теоретическим материалом и анализа художественных произведений изученного литературного направления предложить создать эмблему литературного направления по нижеуказанному алгоритму: 1. Определите признаки литературного направления. 2. Перекодируйте информацию в символы, сочетание которых стало бы визитной карточкой литературного направления. Для достижения желаемого результата необходимо использовать образные ассоциации, которые возникают во время ознакомления с теоретическим материалом. 3. Нарисуйте эмблему, учитывая символику цвета. 4. Письменно растолкуйте каждый символ, учитывая специфику литературного направления. Например, импрессионизм можно представить с помощью такой эмблемы: на фоне восхода солнца (картина К. Моне "Импрессия. Восход" привела к появлению названия вышеупомянутого литературного направления) изображен человеческий глаз, который является основным источником информации об окружающем мире; стрелка часов символизирует текучесть времени; звезды, планеты, Луна – олицетворение Вселенной.

Развитию образного мышления будущих журналистов способствует и такой вид работы, как создание литературного сценария видеорекламы, целью которой является популяризация конкретного художественного произведения. На подготовительном этапе преподаватель должен растолковать студентам понятие "литературный сценарий", что, по утверждению М. Фрумкина, является "последовательным, со всеми художественными подробностями описанием того, что, по мнению автора, необходимо показать зрителям, что необходимо снять, смонтировать и озвучить" [2, с. 18].

В литературном сценарии, кроме сюжета, должны быть описания места действия, мизансцен, монтажных соединений эпизодов. После ознакомления студентов с теоретическим понятием преподаватель должен проанализировать свой информационный продукт, растолковать уместность использования каждого образа и отметив, что писать литературный сценарий видеорекламы можно только после тщательного анализа художественного произведения. Студенты также должны помнить о том, что сюжет вышеупомянутого информационного продукта не должен быть переводом художественного произведения, поскольку отсутствие интриги не побуждает реципиента ознакомиться с ним подробнее.

Для написания литературного сценария видеорекламы новеллы М. Хвильевого "Я (Романтика)" необходимо использовать такие символические детали, как красное вино – символ крови невинных жертв ("Я смотрю на канделябр, но мой взгляд невольно крадется туда, где сидит доктор Тагабат и часовой. В их руках бутылки с вином, и они его пьют жадно-хищно" [3, с. 28]). "Тогда я подошел к столу, налил из графина вина и залпом выпил" [3, с. 33]), мята – символ спокойствия, семейного уюта ("Мать говорит, что она поливала сегодня мяту, и мята умирает в тоске" [3, с. 25]), две грозы (одна в природе, другая в душе персонажа), – и продумать средство визуализации раздвоения главного персонажа.

Небо постепенно затягивается облаками, звучит тревожная музыка, надвигается гроза, поднимается сильный ветер. Крупным планом показана увядающая мята. Ветер отрывает листик мяты и начинает крутить в вихре. Листочек летит к дому расстрелянного шляхтича, где заседает черный трибунал. Вой ветра, вокруг дома летают вороны. Молнии разрезают небо и освещают портреты в коридоре, с которых смотрят лица бывших хозяев.

За столом сидит чекист (лицо напряжено, безэмоционально), на столе – бутылка красного вина. Он пишет в тетради слова "Я – чекист". Ветер приносит листочек мяты, которая ложится на стол перед чекистом. Он вдыхает аромат мяты и закрывает глаза. Перед его глазами встают картины детства: яркое солнце, зеленая трава, мать, улыбаясь, поднимает его на руки и целует в щечку. Он дописывает: «Я – человек».

Гроза надвигается! Плач, крики, толпа монахинь, глаза матери с хрустальными росинками на ресницах смотрят на Я. Сын и мать находятся в каком-то отдельном мире, вокруг них двигаются люди: входят солдаты, выводят монахинь. Выстрелы, хохот Тагабата. Крупным планом показаны глаза матери и сына. Они уже находятся в поле, вокруг никого нет, только видны трупы монахинь. Выстрел, гром, крупным планом показана бутылка с вином, которая падает, в вине-крови утопает засохшая мята, размывается надпись. Слова "Я – чекист" остаются.

После ознакомления с литературным сценарием студенты должны предложить варианты совершенствования информационного продукта, а затем создать свой и защитить его. Таким образом, использование эйдотехники во время изучения филологических дисциплин, а также создание такого информационного продукта, как литературный сценарий видеорекламы, является не только уместным, но и необходимым, поскольку позволяет студентам раскрыть свои креативные способности, совершенствовать навыки анализа произведений, развивать умение дискутировать и представлять свою работу.

### *Литература*

1. Нечаєва, Л. В. “Художнє мислення” чи “художня образність”: педагогічна проблема в межах українського середньовіччя / Л. В. Нечаєва // Наука і освіта. – 2002. – №6. – С.78–82.
2. Фрумкин, Г. М. Введение в драматургию телерекламы: Учебное пособие / Г. М. Фрумкин. – М.: Академический Проект, Альма Матер, 2005. – 96 с.
3. Хвильовий, М. Г. Я (Романтика): Вибрані твори: Для ст. віку / [Упоряд. П. І. Майдаченко; Перед. О. А. Гриценко]. – К.: Веселка, 1993. – 271 с.

**Анна Полякова**

*Запорожский национальный университет,  
Украина*

## **АКТУАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ В УКРАИНЕ**

Здоровье – одна из наиболее значимых ценностей человека. Дело каждого – сохранить свое здоровье. Пропаганда здорового образа жизни и воспитания физически здоровой нации – задача общегосударственная. Побороть негативные явления в современном обществе, победить болезни, как социальные, так и многочисленные физические, возможно только совместными усилиями, слаженной, скоординированной работой государства и общества. Сегодня мало кто осознает остроту проблемы собственного заботливого отношения к сохранению своего здоровья. Все больше возникает необходимость информирования и воспитания традиций здорового образа жизни. Именно социальная реклама играет важную роль в этом вопросе, поэтому тема исследования является актуальной.

Рекламная деятельность в сфере социальной жизни общества чрезвычайно необходима, ведь именно реклама, как средство коммуникации, благодаря своим особенностям способна за короткий промежуток времени, в сжатой лаконичной форме распространить информацию. Существует немало конкретных направлений социальной рекламы здорового образа жизни: пропаганда жизни без курения; злоупотребление алкоголем, наркотическими и психотропными веществами; пропаганда спортивного образа жизни; социальная реклама против рака, туберкулеза, СПИДа.

Социальная реклама здорового образа жизни – это реклама, направленная изменить сознание и направить мысли и действия в правильное русло, положительно влиять на человеческое сознание, особенно на формирование определенного стиля, образа жизни. Важнейшая задача социальной рекламы здорового образа жизни – влияние на образова-

тельный и поведенческий факторы, приводящие к изменениям поведения. Содержание социальной рекламы пропагандирует высокую мораль, духовные и эстетические принципы, поддерживает здоровый образ жизни и отвлекает от негативных вредных привычек. Влияние социальной рекламы на убеждения, поведение и стиль жизни является актуальной темой научных исследований. Основными направлениями социальной рекламы здорового образа жизни являются: реклама против СПИДа («АнтиСПИД»), рака («Рак излечим! Не медли»), употребления алкоголя («Употребляй ответственно»), наркотических веществ («Без наркотиков лучше!»), пропаганда жизни без курения и спортивного образа жизни. Исследовав украинский рынок социальной рекламы, можно сказать, что только социальные кампании против СПИДа, фонда Е. Пинчук «АнтиСПИД» являются многоаспектными. Они делятся на пропаганду для здоровых среднестатистических граждан и для ВИЧ-положительных людей. Следовательно, главный плюс этой рекламы – постоянная смена акцентов в информировании населения. Постоянно меняется концепция, идеи и слоганы.

Социальная реклама здорового образа жизни в Украине имеет непродолжительный, но плодотворный опыт. В последнее десятилетие были проекты, имевшие, безусловно, положительный потенциал и они явно повлияли на общество, о чем свидетельствуют статистические данные. Так, под влиянием социальной рекламы с лозунгами «Мама, почему я урод?», «Мама, почему я умер?», «У наркоманов не бывает здоровых детей» уменьшилась проблема употребления наркотиков – благодаря достаточно жесткому характеру рекламных кампаний. Специалисты в области социальной рекламы отмечают, что запугивающая реклама эффективнее, чем эмоционально нейтральная. Таким образом, показывают, что социальная реклама тоже может развиваться, привлекать внимание. Такая реклама должна вызывать негативную реакцию, поскольку в Украине люди привыкли к положительной рекламе, призывающей выбрать здоровый образ жизни. Но, как свидетельствует европейская практика, подобная реклама очень редко является действенной в борьбе с вредными привычками.

Рассматривая рекламные кампании по профилактике алкоголизма, наркомании, курения, СПИДа, можно сказать: несмотря на то, что визуальный ряд сопровождается подписями о вреде этих действий, подобные материалы способны вызвать рецидив у тех, кто решил покинуть вредную привычку или бороться с зависимостью. Чаще реклама показывает атрибуты темы, бывает или просто ужасающая по своему содержанию, визуальным воплощениям и посылам, или приводят к совершенно противоположному эффекту. Социальные плакаты и другие ма-

териалы на эти темы часто отличаются качеством исполнения, яркой креативной идеей.

Подводя итоги, можно сказать, что социальная реклама здорового образа жизни в нашей стране имеет огромный потенциал развития. Ведь социальная реклама является мощным инструментом формирования общественного мнения. А это весьма необходимо украинскому обществу в настоящий период, поскольку она способствует социальной поддержке населения, восстановлению гуманистических отношений между людьми и созданию гражданского общества.

**Андрей Потребин**

*Белорусский государственный университет*

### **ЗАРУБЕЖНАЯ РЕКЛАМА В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОМ ЖУРНАЛЕ КАК РЕЗУЛЬТАТ УЧЕТА СПЕЦИФИКИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТРАСЛИ**

Открытость белорусской экономики внешнему миру, ее ориентированность на экспорт отечественной промышленной и сельскохозяйственной продукции, а также услуг, дают новые возможности для развития внешнеэкономической деятельности (ВЭД) деловых, специализированных и отраслевых СМИ. Речь идет о привлечении зарубежной рекламы, которая способна серьезно укрепить финансовое состояние редакции.

Однако чтобы привлекать такую рекламу, надо иметь целевую аудиторию, доступ к которой будет интересен зарубежному партнеру. Ведь «выполняя свою сервисную функцию, СМИ оказывают услугу рекламодателям, организуя для них доступ к целевым аудиториям» [1, с. 38]. Причем, «каждое СМИ имеет свои отношения с рекламой в целом, характерными для нее типами» [1, с. 71]. В отличие от массовых изданий «специализированные издания позволяют рекламодателям ориентироваться на уже заданные сегменты потребительского рынка, которые определяются направленностью журнала» [2, с. 432].

Для ежемесячного журнала концерна «Белнефтехим» «Вестник Белнефтехима», который дает своим рекламодателям доступ к аудитории определенного профессионального сообщества, привлечение рекламы нерезидентов привело не только к заметному росту рекламной выручки. Зарубежная реклама, нередко более ярко и эффектно оформленная (часто размещаются макеты заказчиков, подготовленные крупными рекламными агентствами), влияет на внешний вид и восприятие журнала в целом, делает его более солидным и представительным. Но

ключевым остается экономический аргумент. Сегодня редакция имеет валютные счета в российских рублях и в евро, на которых аккумулируется выручка от оказания рекламных услуг после совершения обязательной продажи подлежащих этому сумм валюты. Накопление этой выручки позволяет создать устойчивый финансовый резерв, получать дополнительные аргументы при согласовании с учредителем закупок импортной продукции, необходимой для редакции (расходные материалы к оргтехнике, бумага, фотоаппаратура, диктофоны, компьютерная периферия).

В силу ряда экономических причин, связанных не с внешнеэкономической деятельностью, а с уровнем тиража и ценой издания, а также с ситуацией на рынке рекламы белорусских резидентов, на протяжении 2,5 лет (с июля 2012 по декабрь 2014 года) «Вестник Белнефтехима» не пользовался финансированием за счет средств учредителя, обходясь собственными доходами. 2013 год полностью прошел под знаком устойчивой окупаемости, и деятельность редакции принесла прибыль. Однако экономическая ситуация и конъюнктура рынка изменились, подписка на печатную версию сократилась. В нынешнее время журнал не приносит прибыли, балансируя на грани безубыточности, периодически испрашивая некоторые суммы у учредителя (тем не менее, за январь-декабрь 2014 года окупаемость составила 94 %, по 2015 году прогнозируется 85-90 %).

С течением времени стало возможным, имея средства на валютных счетах, извлекать дополнительные внереализационные доходы за счет курсовых разниц. В июле 2014 года на фоне падения курса российского рубля и снижения цен на нефть, в условиях обострения украинского кризиса и вызванных этим взаимных санкций России и Запада, редакция приняла верное решение о продаже за белорусские рубли накопленной массы российской валюты. Вырученная сумма в белорусских рублях пошла на поддержание текущей ликвидности и позволила не просить средства у учредителя. Своевременная продажа также привела к финансовому выигрышу: валюта была продана по курсу, который оказался практически вдвое выше, чем курс, сложившийся затем к концу 2014 года. То есть, продолжая сберегать российские рубли на счетах, редакция потеряла бы как минимум вдвое на курсовой разнице. Казалось бы, какое отношение маленькая редакция отраслевого журнала может иметь к вопросам управления финансами? Но таким образом, учет складывающегося международного положения и ситуации в мировой экономике позволил принять верное и выгодное в финансовом отношении решение.

Однако вернемся к процессу обретения зарубежных рекламодателей. Первая зарубежная реклама в «Вестник Белнефтехима» была привлечена в 2011 году от компании, зарегистрированной в Великобритании и регулярно проводящей в странах СНГ семинары и конференции по нефтепереработке и развитию рынка нефтепродуктов. Затем были рекламные объявления компаний-поставщиков оборудования для предприятий белорусской нефтехимии. География была не слишком разнообразной: Великобритания, Италия, Чехия, Германия. С марта 2012 года эпизодическое размещение рекламы за евро было дополнено стабильным потоком рекламной выручки в российских рублях. Он стал результатом последовательной работы с потенциальными клиентами специалиста по рекламе, занятого в редакции журнала в штате, на постоянной основе, и внештатного рекламного агента.

Для привлечения клиентов были использованы: прямая почтовая рассылка, налаживание контактов по телефону с последующим направлением коммерческих предложений по электронной почте (предпринимать прямые рассылки по электронной почте не стали, чтобы не выглядеть распространителями спама). Важную роль сыграли поддержание телефонных контактов и поток почтовых отправок (поздравления с профессиональными праздниками и Новым годом) в адрес потенциальных партнеров, которых рекламные агенты нашли на специализированных промышленных выставках в Минске, Москве и Киеве.

Работа специалиста по рекламе на выставках включала в себя маркетинговую деятельность на собственном стенде журнала на минской выставке «Химия. Нефть и газ», которая проходит раз в 2 года, а также – активные контакты и посещение максимального количества стендов с распространением рекламно-сувенирной продукции «Вестника Белнефтехима» на таких регулярных мероприятиях, как международная выставка «Химия» в Москве (раз в два года), ежегодные – Московская международная нефтегазовая выставка, выставка «Нефть и газ» в Киеве, выставка «Нефть Каспия» в Баку, газовый и энергетический конгресс в Санкт-Петербурге. Наиболее представительным и богатым на контакты был Мировой нефтяной конгресс в Москве в июне 2014 года. Попадание и закрепление в базах контактов рекламных и маркетинговых служб ведущих нефтяных и химических корпораций России и стран СНГ приносит свои плоды в виде роста объемов экспорта рекламных услуг журнала и валютной рекламной выручки.

Причем, прослеживались вполне очевидные пиковые месяцы размещения рекламы заказчиков-нерезидентов. Во-первых, накануне Нового года и профессиональных праздников – Дня химика (май) и Дня работников нефтяной, газовой и топливной промышленности (август). В-

вторых, в октябре 2012 года, в марте–апреле 2013 и 2014 гг. – накануне проведения в Минске международных конференций по нефтепереработке и рынку белорусских нефтепродуктов. Такова оказалась отраслевая специфика и специфика конкретной рекламной площадки.

Этот опыт показывает, что с учетом отраслевой специфики требуется весьма внимательно и продуманно подходить к процессу привлечения новых рекламодателей, опираться на особенности стратегий маркетинга в отрасли, реально складывающиеся внешнеэкономические связи и потенциальные возможности взаимных поставок продукции и услуг, разделения труда в региональном и международном масштабе. Учитывая это, в поисках новых рекламных клиентов–нерезидентов редакция обратила внимание на логистические цепочки экспорта белорусских нефтепродуктов и химической продукции. Они привели в порты стран Балтии. Поэтому осень 2014 года прошла под знаком налаживания контактов с компаниями, работающими на этом направлении. Кроме непосредственных предприятий–экспортеров, это также транспортно-логистические компании и экспедиторы белорусских экспортных грузов (например, «Белинтертранс» Белорусской железной дороги), компании-субъекты товаропроводящей сети нефтехимической отрасли и ее предприятий (в Литве – ЗАО «Трансхема» и ЗАО «Белтайр»). Наконец, это портовые и стивидорные компании, занятые погрузочно-разгрузочными операциями, фрахтом кораблей и непосредственно морскими перевозками. Эффект при работе в Литве имели контакты с госпредприятиями «Литовские железные дороги» и «Дирекция Клайпедского морского порта». Дирекция порта вошла в число постоянных рекламодателей журнала. Оформили новые партнеры в Литве и подписку на издание. Реализовался принцип адресности: «специализированной профессиональной аудитории – специализированный рекламодатель».

Существенная проблема, которая ярко проявилась в конце 2014 года и предопределила его отрицательные финансовые результаты, – недостаточность прироста доходов от рекламы на фоне быстрого роста себестоимости и стагнации подписного тиража бумажной версии журнала. Можно высказать интуитивное предположение: в сложившейся макроэкономической обстановке эта проблема стала общей для редакций многих журналов. Для большинства зарубежных рекламодателей размещение в журнале не становилось слишком затратным мероприятием. В то же время, заполнение полос рекламой все чаще приближается к установленному законом пределу в 25% общего объема номера. Обнаружив эту тенденцию, руководство редакции сделало то, чего не предпринимало с 2011 года, – повысило рекламный тариф не только белорусских рублей, но и в валюте. Повышение с января 2015 года состави-

ло 25% в белорусских рублях (расценки в национальной валюте повышаются раз в полгода), 40% в российских рублях и 35% в евро (валютные расценки не менялись с 2011 года).

Пока сложно оценить последствия такого шага. Возможно, произойдет временное снижение рекламной выручки, к тому же действуют долгосрочные договоры, заключенные по старым расценкам. Но следует учесть, что повышение приходится на период, когда рекламная активность клиентов падает (это традиционно сезонное явление наблюдается стабильно в январе-марте и июне-июле). Поэтому стоит ожидать, что с ростом общей деловой активности и началом «рекламного сезона» объем выручки станет расти, как по валютным, так и по рублевым рекламным договорам. А сезонный спад в притоке рекламы как раз и становится поводом с меньшими издержками изменить расценки и условия размещения.

Тенденция же такова, что стоимость рекламы, в том числе и для нерезидентов, будет только возрастать. Пока основную часть доходов редакции журнала (72%) приносит реализация тиража, а лишь 25% – рекламные услуги. Это противоречит мировой практике современной журнальной индустрии, в которой около половины доходов потребительских и общеполитических и свыше 80% доходов деловых журналов формируется именно за счет рекламы [1, с. 148]. Правда, эти издания не имеют установленного законом ограничения рекламной площади в 25% объема номера. Даже специализированный или деловой журнал в нашей стране не может себе позволить половину номера занять рекламой. Остается повышать рекламный тариф.

При этом стоит помнить, что «размер оплаты за “организацию” доступа пользователей к рекламному сообщению зависит главным образом от размера и характеристик той аудитории, доступ к которой обеспечивается, а не от объемов и размеров самих рекламных объявлений» [1, с. 51]. В немалой степени именно поэтому отраслевая целевая аудитория журнала «Вестник Белнефтехима» с ее специфическими характеристиками и узкопрофессиональными запросами представляет собой ключевую ценность для построения и эффективного развития бизнес-модели такого издания.

#### *Литература*

1. Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран: уч. пособие / Е. Л. Варганова. — М.: Аспект-пресс, 2003. — 335 с.
2. Бове, К. Современная реклама / К. Бове, У. Аренс. — Тольятти.: Изд. дом «Довгань», 1995. — 661 с.

## **ИНТЕРВЬЮ С В.В. НАБОКОВЫМ: ЖАНРОБРАЗУЮЩИЕ И ЖАНРОРАЗРУШАЮЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ**

Интервью как метод получения информации и жанр журналистики принято рассматривать в контексте устного публичного диалога [1; 2; 3; 7 и др.]: общение в данном случае представляет собой разговор, в котором чередуются вопросы интервьюера и ответы интервьюируемого, впоследствии предполагается выход из печати текста имевшей место беседы. В теории журналистики специально оговаривается бинарный характер интервью: с одной стороны, интервью – метод, с другой – жанр.

Рассмотрение интервью как жанра, претерпевшего за свою историю ряд изменений и ставшего, в сущности, полифункциональным, интересно в двух взаимосвязанных аспектах: в аспекте влияния личности на канонический журналистский жанр (причем, как личности интервьюера, так и личности интервьюируемого), а также в аспекте жанрообразующих и жанроразрушающих тенденций и – шире – в контексте современных тенденций развития и динамики данного жанра.

В связи с этим представляется весьма показательным обращение к интервью с В. Набоковым – признанным стилистом, «гурманом от изящной словесности», утверждавшим примат языка и стиля в художественном творчестве, ярким индивидуалистом, который к тому же без смущения (но не без лукавства) называл себя «чудовищно косноязычным» человеком, «скверным оратором» и «беспомощным собеседником» [4, с. 110–111, 279]. Известно его высказывание: «Никому не следует просить у меня согласия на интервью, если под “интервью” подразумевать беседу двух нормальных человеческих существ» [4, с. 34]. В то же время В. Набоков дал не менее пятидесяти интервью, преимущественная часть которых вполне может быть отнесена к литературному наследию писателя.

Многие набоковские интервью, как отмечает Н. Г. Мельников, «производят впечатление самостоятельных художественных произведений» (например, рассказ о фокуснике Мерлине, включенный в беседу с Бернаром Пиво, есть не что иное, как «компактная новелла»), иные интервью представляют собой «лирические миниатюры в прозе», «трактаты по философским и эстетическим проблемам» и даже «микропамфлеты» [4, с. 35].

Вместе с тем далеко не все набоковские интервью отмечены теми или иными жанровыми изменениями. Ряд опубликованных интервью ни композиционно, ни содержательно не отступает от канонов жанра: в них сохраняются три части (заголовок, вступительная статья и основной текст интервью, состоящий из вопросов и ответов). Беседа строится вокруг тем, представляющих интерес для интервьюера и читателей и создающих в итоге единый материал, цельное произведение. В числе проанализированных нами 37 интервью (как русскоязычных, так и переводов с английского языка на русский), опубликованных в сборнике «Набоков о Набокове и прочем: интервью, рецензии, эссе» [4], нет и половины образчиков гибридного жанра – интервью-эссе, да и те представляют собой, скорее, интервью с характерными элементами (признаками) жанра эссе, нежели являют собой примеры полной и безусловной трансформации жанра. К их числу относятся так называемые «ранние» интервью с В. Набоковым: Андрею Седых (1932), Николаю Аллу (1940) и интервью конца 1950-х – начала 1960-х гг. (Жану Дювиньо (1959), Анн Герен (1961) и Филлис Мерас (1962)). В текстах этих интервью, в особенности «русских» интервью 1932г. и 1940г., представлено описание внешности В. Набокова, особенности его произношения, манеры разговора, а также всего другого, увиденного глазами журналистов и переданного через призму субъективного восприятия (в определенной мере такие интервью перекликаются с интервью-зарисовками, в которых реплики собеседника сопровождаются описанием его мимики, манеры поведения, стиля одежды и т.п.).

Сравните: «А вот Набоков совсем даже не похож на свои фотографии, он более подвижный, более нервный и менее толстый. За стеклами очков в глазах веселый интерес, почти никакой мечтательности, взгляд внимателен, но не назойлив» (из интервью 1959г. Ж. Дювиньо [4, с. 89]); «Сири́н приехал в Париж устраивать свой вечер. <...> Публика увидит молодого человека спортивного типа, очень гибкого, нервного, порывистого. <...> Кембридж наложил спортивный отпечаток; Берлин – добротность и некоторую мешковатость костюма: в Париже редко кто носит такие макинтоши на пристегивающейся подкладке. У Сирина – продолговатое худое, породистое лицо, высокий лоб. Говорит быстро и с увлечением. <...> В 33 года укладывается Тенишевское училище, бегство из Крыма, счастливое время Кембриджа, книги и скучная берлинская жизнь, с которой нет сил расстаться только потому, что лень трогаться с места, – да и не все ли равно, где жить?» (из интервью 1932г. А. Седых [4, с. 51]).

Отношение к личности и творчеству В. Набокова тесно переплетено с впечатлением журналистов от общения и встреч с писателем. Воспри-

ятие В. Набокова вкупе с жизненным опытом и мировоззренческими установками интервьюеров служит и основой, и мерилом отношения к интервьюируемому. Например: «В первую голову он, этот Набоков, лингвист и чувственик. Необыкновенно зорким глазом заметив цвет (желтый) моего блокнота, он предположил, что тот принимал солнечную ванну» (из интервью 1961г. А. Герен [4, с. 99]). При этом слова В. Набокова или пересказываются, или привлекаются в качестве цитат, подтверждающих сказанное интервьюером: «Владимира Владимировича поражает свойство нью-йоркского дневного света»; «Здесь Владимир Владимирович “очарован” главным образом “свободой в движениях”, в разговорах, замечательно простым и добрым отношением»; за словами интервьюера «Владимир Владимирович в Нью-Йорке сразу почувствовал себя “своим”» следуют две относительно самостоятельные цитаты – высказывания писателя, привлекаемые лишь в качестве иллюстрации тонкой иронии журналиста (из интервью 1940г. Н. Аллу [4, с. 59]).

В названных интервью на первый план выходит личность интервьюирующего, в фокусе внимания – его мысли, чувства, отношение, передача впечатлений. Например: «Автор этих строк [Николай Алл] впервые увидел имя Сирина 18–19 лет назад под прекрасным стихотворением, напечатанным в одной русской газете в Харбине. <...> С тех пор утекло много воды, строчки стихотворения позабылись. Но живет еще то грустно-лирическое чувство, навеянное стихами...» [4, с. 55–56]. Как видим, интервьюер отчасти выступает в качестве эссеиста, в тексте которого не может не быть выраженной авторской позиции и свободы от некоторых жанровых условностей.

Вместе с тем такая «свобода» не только не приветствовалась В. Набоковым (несмотря на то, что он был, по его признанию, отнюдь не идеальным собеседником), но категорически осуждалась. «Литературная личность» В. Набокова, действительно, едва проскальзывала сквозь завесу абзацев, а вольные пересказы слов (ответов) В. Набокова, предлагаемые интервьюерами, нередко воспринимались писателем как инсинуации.

Впоследствии В. Набоков избрал совершенно иной способ «ведения беседы»: вопросы интервьюеров должны были высылаться ему (в письменном виде), он давал на них письменные ответы, которые, что было принципиальным, должны были воспроизводиться дословно, между тем как один из жанрообразующих признаков интервью – функциональная заданность: это должна быть беседа. Характерно, что В. Набоков мог вовсе пропускать те или иные вопросы и даже, к еще большему неудовольствию журналистов, перефразировать задаваемые / заданные вопросы (а то и заменять их другими) и, ничуть не смущаясь, редактиро-

вать их в соответствии с собственными представлениями. Тексты таких «интервью» представляют собой комбинации фрагментов на ту или иную тему, снабженных подзаголовками, логически завершенных и стилистически отшлифованных автором. К примеру, публикация телеинтервью, которое снималось в октябре 1971г., содержит 11 автосемантических фрагментов, имеющих следующие подзаголовки (последовательность сохранена): «О времени и его ткани», «Личное прошлое», «Унаследованное прошлое», «Генеалогическое древо», «Берлин», «Америка», «Чешуекрылые», «Семья», «Слава», «Швейцария» и «Всё – суета» (интервью Курту Хоффману [4, с. 325–333]). Так диалогический в своей основе жанр, который не имеет, как известно, стандартного заключения (именно поэтому завершающий вопрос должен провоцировать к обобщению сказанного [8, с. 209]), В. Набоков ничтоже сумняшеся превратил в собственный монолог, причем с финальным высказыванием о себе: «По правде говоря, я верю, что в один прекрасный день явится переоценщик, который объявит, что я совсем не легкомысленная жар-птица, но убежденный моралист, избочливающий грех, бичующий глупость, высмеивающий пошлость и жестокость, утверждающий главенство нежности, таланта и чувства гордости» (перевод О. Кириченко) [4, с. 333]. Такие «интервью» полностью опровергают приписываемый им жанр: интервью по природе своей отличается динамичностью, относительно быстрым переходом от одной мысли к другой, описанием различных сменяющихся действий и состояний, наконец, «интервью пишется во время интервью» (если воспользоваться известной формулой).

Установка на изощренную художественность, «искусственность» формы, с одной стороны, и обостренное внимание писателя к слову, его семантическому и экспрессивному потенциалу, к синтаксическому рисунку и ритму фразы, с другой, диктовали строгий отбор языковых средств даже для интервью – «маргинального» жанра, по словам Н. Г. Мельникова, с точки зрения высокой литературы. Характерно, что уже ранние русскоязычные интервью (Андрею Седых 1932г. и интервью Николаю Аллу 1940г.), а также интервью Наталье Шаховской для радиостанции «Голос Америки» 1958г. не оставляют впечатления спонтанного разговора и слабо убеждают в неподготовленности ответов, даже несмотря на наличие в тексте некоторых маркеров диалогичности.

С одной стороны, в текстах этих интервью имеются: переспросы («Почему у физически и морально здорового, спортивного человека все герои такие свихнувшиеся люди?» – «Свихнувшиеся люди?..»); слова-предложения «Да» и «Нет» («А что, ваш сын собирается пойти по вашим стопам и быть писателем?» – «(Смешок.) Нет»); вводные единицы, выполняющие различные функции (словом, к слову сказать, например,

конечно, может быть, кажется и др.); нераспространенные восклицательные предложения, свидетельствующие о живой, непосредственной реакции собеседника («Вас обвиняют в “нерусскости”, говорят о сильном на вас иностранном влиянии, которое сказалось на всех романах [...]» – «Смешно!»); характерные для разговорной речи синтаксические структуры (например, «Что меня больше всего поражает и радует здесь, это – тишина, стройность и соразмерность»).

С другой стороны, при конкуренции способов релятивизации имени посредством причастного оборота и придаточной определительной предикативной части с союзным словом *который* В. Набоков отнюдь не отказывается от причастий в ответах интервьюеру, т.е. в своей устной (устной ли?) речи. Сравните: «Да, часть перевода сделана моим сыном Дмитрием, недавно **кончившим** Гарвардский университет и свободно **владеющим** обоими языками» (два постпозитивных однородных причастных оборота в творительном падеже – совсем не плохо для «беспомощного собеседника», сокрушавшегося по поводу своих «меканий» и «хмыканий» и утверждавшего, что в попытках развлечь на вечеринках увлекательным рассказом гостей ему «приходится возвращаться к каждому предложению для вставок и исправлений» [4, с. 34]); «Так в алдановском Кремен[е]цком во что бы то ни стало старались найти черты какого-нибудь известного петербургского адвоката, **живущего** сейчас в эмиграции»; «Но мы ехали без приключений, не считая паники, **поднявшейся** на “Шамплене” при виде над поверхностью океана какой-то странной струи пара»; «Из комментариев, **объясняющих** содержание и форму “Онегина”, образовался постепенно том в тысячу с лишним страниц [...]» (ряд может быть продолжен). Будучи «книжным», нехарактерным для спонтанной устной речи языковым средством, причастие не только выступает грамматическим конститuentом идиостиля писателя [5], но и – в контексте данной проблематики – является показателем «сделанности» текста, его книжно-письменной природы. (Обратим внимание на доказанный факт: письменный способ коммуникации способствует увеличению доли причастной стратегии релятивизации независимо от формальности / неформальности текста [6, с. 479].)

Вместе с тем своеволие Набокова-«эссеиста» не могло не обуздываться законами жанра, который должен быть узнаваемым, обладать определенными и относительно устойчивыми характерными признаками. В силу этого многим интервью В. Набоков в порядке компромисса вынужден был придавать окраску спонтанности и живой реакции на высказывания интервьюера. Языковыми средствами стилизации монологического высказывания под диалог послужили вводные слова и словосочетания, междометия, частицы и так называемые «слова-паразиты»,

слова-предложения «Да» и «Нет», нередко сопровождаемые частицами. В синтаксическом плане предложения сложной структуры, создающие характерный («искусственный», предельно описательный, даже вычурный) грамматический рисунок набоковских текстов (как русско-, так англоязычных), уравнивались лаконичными и емкими фразами, восклицаниями, переспросами, повторами последних слов (реплик) журналистов, отрывочными, незаконченными в смысловом отношении предложениями. Ярким примером является интервью Олвину Тоффлеру 1963г. Всё это было продиктовано стремлением В. Набокова придать своим «сделанным» ответам иллюзию непринужденной разговорности, без чего едва ли можно представить себе традиционный жанр интервью.

Жанровая оболочка интервью оказалась для писателя более чем востребованной и весьма «пригодной» для воплощения конкретной задачи: высказаться о написанном им романе и тем самым направить критиков и читателей в нужный ему, В. Набокову, «коридор понимания» (выражение А. А. Брудного), сузив тем самым границы интерпретационного произвола. Так было создано «Интервью анониму» (1973.), а фактически, псевдоинтервью, поскольку его текст, по предположению, был полностью сочинен самим писателем, недовольным тем, как восприняли и истолковали критики его роман «Просвечивающие предметы» [4, с. 666]:

«[Интервьюер-аноним] Критики испытывают затруднения при определении темы романа “Просвечивающие предметы”».

[В. Набоков] Его тема – всего лишь производимое из-за кипарисовой запредельности исследование сцепления случайных судеб. Несколько внимательных читателей из числа литературных обозревателей написали о нем прекрасные строки. Однако ни они, ни, конечно, заурядные критиканы не усмотрели структурного узла моей истории. Могу я разъяснить ее простую и изящную суть?

[Интервьюер-аноним] Сделайте одолжение» (перевод М. Дадына) [4, с. 357].

Как можно видеть из фрагмента данного псевдоинтервью, В. Набоков преследовал еще одну цель: расквитаться с теми рецензентами, которые высказали негативные отзывы о произведении мастера, не усмотрев «структурного узла» романа и сделав ряд «легкомысленных» выводов о художественных достоинствах последнего. При этом писатель не отступил от определяющего, сущностного признака жанра интервью – вопросно-ответной формы предъявления информации.

Предпринятое исследование приводит к ожидаемому и закономерному выводу: «литературная личность» В. Набокова предстает в интервью столь же многогранной и противоречивой, сколь неповторима она в художественной прозе. Отношения «интервьюирующий – интервьюируемый – жанр» в контексте интервью с В. Набоковым имеют свои осо-

бенности: в ряде интервью 1930-х – начала 1960-х гг. позиция писателя как интервьюируемого смещается в зону крайней периферии, доминирование личности интервьюера приводит к модификации жанра; в поздних интервью, напротив, в фокусе читательской рецепции – личность интервьюируемого (вплоть до игнорирования и полного устранения интервьюера), изменения же в интервью как жанре в отдельных случаях относятся к области полного преобразования (трансформации).

#### *Литература*

1. Голанова, Е. И. Устный публичный диалог : жанр интервью / Е. И. Голанова // Русский язык конца XX столетия (1985–1995) : [Моногр.] / В. Л. Воронцова, М. Я. Гловинская, Е. И. Голанова и др. ; Ин-т рус. яз. Рос. акад. наук. – М. : Языки русской культуры, 2000. – С. 427–453.
2. Ильченко, С. Н. Интервью в журналистском творчестве : учеб. пособие / С. Н. Ильченко. – СПб. : СПбГУ, 2003. – 93 с.
3. Красноперова, Ю. В. Дискурсивные стратегии участников интервью : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. – Иркутск, 2005. – 236 с.– [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/223411.html>. – Дата доступа : 24.09.2014.
4. Набоков о Набокове и прочем : интервью, рецензии, эссе / сост. Н. Г. Мельников. – М. : Независимая газета, 2002. – 704 с.
5. Скворцова, Н. Н. Реализация функций и лексико-грамматического содержания причастий в разных типах контекста (на материале русскоязычных произведений В. В. Набокова) : дис. ... канд. фил. наук: 10.01.02 / Н. Н. Скворцова ; Бел. гос. ун-т. – Минск, 2008. – 150 с.
6. Холодилова, М. А. Конкуренция основных стратегий релятивизации подлежащего / М. А. Холодилова // ACTA LINGUISTICA PETROPOLITANA. Труды Института лингвистических исследований РАН. – Т. X. Ч. 2. Русский язык : грамматика конструкций и лексико-семантические подходы / ред. тома С. С. Сай, М. А. Овсянникова, С. А. Оскольская. – СПб. : Наука, 2014. – С. 478–509.
7. Шостак, М. Интервью: Метод и жанр / М. Шостак // Журналист. – 1997. – № 11. – С. 11–12.
8. Stilistik für Journalisten / J. Kurz, D. Müller, J. Pötschke, H. Pöttker, M. Gehr. – Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2010. – 370 p.

**Олег Слукa**

*Белорусский государственный университет*

## **ИНФОРМАЦИОННОЕ ПОЛЕ «ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ»**

С первого января 2015г. начал действовать Евразийский экономический союз. Новое геополитическое образование стало реально дейст-

вующим фактором на международной арене. Огромная территория земного шара с многомиллионным населением стремится встроиться в объективные условия развития современного мира. Не помянуть традиции и исторические условия проживающих на территории Европы и Азии многочисленных народов, не отступить от правил и законов национального развития, а, используя исторический опыт и аккумулируя совместные ресурсы, преодолеть «вызовы XXI века» совместными творческими усилиями.

Географическое пространство для динамичного социально-экономического развития белорусского, русского, казахского, армянского, узбекского и других народов, осуществления культурных связей и политического взаимодействия расширилось до космических масштабов. Оборонное, научно-техническое, информационно-технологическое обновление евразийского пространства получило современное инновационное ускорение в процессе освоения природных ресурсов и производственной базы для совершенства уровня и качества жизни граждан стран, входящих в Евразийский союз. Эти задачи являются первостепенными и самыми важными, для чего, собственно, и создано новое политико-экономическое объединение [1].

Наряду с этим создание Евразийского союза вносит существенные изменения и в международное положение. Несомненно – это новый центр силы, который настораживает другие международные союзы и объединения и отдельные страны, в первую очередь, Евросоюз, США, НАТО и их союзников. В период переговорного процесса и соглашений о создании Евразийского союза в мировой коммуникации сложилось позиционное и, чаще всего, критическое представление о новом объединении. В большей степени информационное пространство западных стран было заполнено настораживающими выводами о том, что Россия стремится создать противovesный союз как Евросоюзу, так и США. И все критики нового политико-экономического объединения непременно делали вывод, что Россия стремится создать новое подобие Советского Союза, что непременно связывалось с его агрессивностью, имперскостью, авторитарным коммунистическим прошлым и другими обвинениями, которые до настоящего времени являются устрашающими факторами в западных СМИ для международной общественности [2].

Вместе с тем мнимая агрессивность переносилась на современную Россию и те страны, которые создавали новый союз. Средства коммуникации стали основным фактором формирования негативного отношения к новому объединению на постсоветском пространстве и руководителям Евразийского союза как нового международного блока государств во главе с Россией. В это связи представляется важным рассмот-

рение и анализ деятельности средств массовой информации в системе переустройства мира в современных условиях, изучение специфики функционирования международной коммуникации в политических процессах и её роли в решении международных проблем.

В последнее десятилетие проявилась важная характерная черта деятельности современной журналистики: тесное слияние коммуникационных каналов с государственной политикой. В особенности это касается средств информации крупнейших государств, которые лидируют в экономике и политике и стремятся распространить своё влияние на весь мир. В первую очередь это относится к США и главным странам Евросоюза – Германии, Франции, Великобритании.

Казалось бы, то обстоятельство, когда пресса широко освещает и отстаивает интересы своего государства, является, несомненно, достоинством журналистского сообщества. Каждый творческий союз конкретного государства - это патриотическая организация, и интересы своей страны, своего народа являются тем краеугольным камнем, на котором держится общественная важность журналистской профессии и всей информационной системы. Однако в настоящее время европейская журналистика, например, рассматривает свои интересы и интересы своих государств далеко за пределами собственных границ и ищет свою истину в тех местах, которые им не принадлежат на международной арене.

Франция под огромным давлением США не передала военный корабль России, построенный на французской верфи за российские деньги. Только слабые возмущённые голоса оппозиционных партий прозвучали в декларационном хоре свободы, равенства и братства, а многочисленная журналистская рать не смела даже выступить публично, чтобы защитить интересы Французской республики и интересы рабочих – строителей кораблей и национальные финансовые ресурсы. Но более важно в этом деле то, что поставлен под сомнение престиж уважаемого в Европе и мире французского государства, которое под давлением своих спутников пошла на унижительные шаги нарушения межгосударственных отношений, политического и экономического сотрудничества с Россией, которые складывались в новейшее время.

Самое печальное в этом инциденте то, что непредоставление кораблей законному владельцу, в данном случае Российской Федерации является деталью в общей кампании «наказания России» экономическими санкциями за Украину и Крым. Практически это издевательство над законами демократии, постоянно декларируемыми в западных СМИ. Это в большей степени и отступление от общепризнанных законов журналистской этики, когда журналисты закрывают глаза на неоспоримые

истины. Но приведённый пример с французскими кораблями – это фактически мелочь по сравнению с тем, что происходит в мировом информационном пространстве, где идёт жестокая война и где информационное сражение объединено с кровопролитными вооружёнными битвами. Примечательно, что подавляющее большинство журналистских сообщений не выступают против информационных и вооружённых войн, а, наоборот, поддерживают свои правительства, вводят в заблуждение общественное мнение и фактически подогревают и без того конфликтную обстановку в мире.

Манипуляционные факторы в коммуникации достигли гигантских размеров. Когда английский журналист написал книгу, в которой объективно проанализировал причины сбитого малазийского Боинга, то его объявили персоной нон-грата не только в журналистике, но и английским преступником. И всё же это голос вопиющего в пустыне огромного потока агрессивной информации. Дело дошло до того, что, когда не хватает аргументов, чтобы микшировать открыто агрессивную позицию США против России, Беларуси, европейских государств, которые не могут согласиться с диктаторской позицией, журналист американской газеты «Таймс» в Москве прямо и безапелляционно заявил в передаче на российском телеканале, что «Америка может себе позволить такую агрессивную политику!».

Поэтому в мировом медиaprостранстве циркулируют воинственные угрожающие заявления о наказании не подчиняющихся государств США, оскорбительные характеристики руководителей государств независимо от политической ориентации, но показавшихся нелояльными или нарушающими «национальные интересы» заокеанской страны. Тогда всплывают на поверхность общественного мнения непристойные разведывательные акции слежения за канцлером Германии, президентом Бразилии и другими руководителями государств, которые находятся в зоне «национальных интересов США» или представляют опасность для американских интересов!

Таким образом, слияние журналистики с милитаристской политикой государств, превратило современную коммуникацию в агрессивное оружие информационной войны. Объявила американская официальная пресса, а за ней услужливо и другие государства, что малазийский Боинг сбили ополченцы с помощью России, и на этом расследование страшной трагедии фактически закончилось. В западной печати установилась какая-то подозрительная тишина, изредка нарушаемая только напоминанием, что всё-таки Россия сбила этот самолёт. Почему журналисты молчат?

Потому что Европе абсолютно невыгодно расследование трагедии и выяснение истинной причины этой катастрофы. Поэтому необходимо пугать население агрессивной Россией и всячески затягивать расследование, чтобы как можно дальше запрятать истинных виновников авиационной аварии. Тем более, что в общественном сознании уже закреплён этот «истинный виновник» – «сепаратисты» из Донецкой и Луганской республик в союзе с Россией. Это формирование устаревшего, но безотказно действующего образа врага, которым представляется, конечно же, Россия и её союзники на постсоветском пространстве [3].

Международная коммуникация стала злобной, утратила свои гуманистические черты, журналисты боятся истины, потому что она, истина, лишает их защитного иммунитета от преследования и финансового сопровождения. Продажность в медиальном пространстве поражает, а честность и порядочность журналистов брошена под ноги угодничеству и обслуге денежных мешков, агрессивной политике государств «золотого миллиарда». В известном фильме режиссёра С. Герасимова «Журналист» главный герой положительный. В настоящее время за рубежом и на постсоветском пространстве появляется много детективных фильмов, в которых очень часто журналист представлен отрицательным и продажным персонажем. Это не случайность, а отражение, пусть не типичного, но устойчивого явления: современный журналист вовлечён в систему рыночных отношений в самом худшем проявлении своей профессии, когда деньги определяют его идейную и профессиональную позицию.

В современной информационной войне изуверство и жестокость вышли за всякие мыслимые пределы и превратились в устрашающий фактор для всего человечества. В медиальном пространстве сформировалась устойчивая сфера постоянного устрашения человека, подавления психики личности. На весь мир транслируются страшные экзекуции над журналистами. По телевидению показывают, как их лишают жизни самыми изуверскими способами. Палачи и убийцы бравируют своей кровавой ролью, не боятся наказания и разоблачения. Цинизм телевизионных кадров повергает зрителей в шоковое состояние. Варвары арабского востока выстраивают вереницу пленных со связанными руками, а палачи берут специально приготовленные кинжалы, чтобы устроить массовое убийство и показать это преступление всему человечеству. Или представить телезрителям чудовищную сцену расправы над человеком, где «казнь» (лучше сказать – убийство) совершает подросток. Самое странное то, что после таких омерзительных сеансов ни в одной стране, которым были адресованы жестокие и часто безвинные жертвы, не возникло массовое национальное движение по спасению своих со-

отечественников. Не восстали против мракобесия европейский и международный союзы журналистов. Бессильными были и формальные правительственные протесты, чтобы остановить беспредельное варварство и наказать самозванных палачей.

В этой связи вспоминается процесс далёких тридцатых годов прошлого века, когда в США были приговорены к смертной казни двое рабочих, преследуемых по политическим мотивам. Весь мир восстал тогда против несправедливого суда и смертного приговора. В СССР общественный комитет возглавил М. Горький, в Беларуси – Я. Купала, в европейских странах такие комитеты защиты также возглавили крупнейшие представители литературы и искусства. Под давлением общественности смертный приговор рабочим был отменён. В настоящее время общественность и, в первую очередь, законодатели формирования общественного сознания – журналисты – часто молчат, как воды в рот набравши.

Что происходит в странном мире XXI века, в котором человечество собиралось жить мирно, счастливо, без войн, глобальных болезней, голода и уничтожения одних людей другими? На наш взгляд, кризис общечеловеческой морали, утеря определяющих национальных религиозных ценностей стала угнетать большинство населения земного шара. Война цивилизаций объявлена уже давно. Мусульманский мир не может прокормить себя и это вызывает в нём конфликтные и воинствующие настроения, внутренние противоречия и вооружённые столкновения между соседними государствами. Он не может смириться с зажиточным европейским миром и поэтому насильственно эволюционирует в страны «неверных». Это вызывает противоборство коренного населения европейских стран. Швейцария на референдуме принимает решение об ограничении внешней миграции. Во многих других европейских странах проходят акции протеста против излишнего приезда иностранных граждан.

Эта конфликтная ситуация усиливается ещё и тем, что мусульманский и арабский мир обгоняет европейские страны по приросту населения. Перенаселение мусульманских и арабских стран увеличивает имущественное расслоение, провоцирует различные столкновения на религиозной, национальной, этнической, территориальной и проч. почве, а также провоцирует исход населения в благополучные страны. Исход населения также усиливается и в тех государствах, где происходят «цветные революции», государственные перевороты, свержение законной власти, развязывание гражданских войн или внешней агрессии. В результате этих катаклизмов по приблизительным подсчётам ООН в настоящее время в мире страдает более двенадцати миллионов вынужденных беженцев. Следует предположить, что эта цифра не соответст-

вует действительности, хотя бы потому, что за пять месяцев гражданской войны в Украине Новороссию вынуждены были покинуть около миллиона беженцев. По телевидению каждый день показывают, как сотни и тысячи беженцев из африканских стран стремятся перебраться в Европу, тонут и гибнут в водах Средиземного моря.

Подчинение информационных каналов милитаристской политике государства происходит не только законодательным путём, но и усилением цензуры, преследования журналистов и арестами информационных каналов. Многие СМИ куплены, оплачены журналисты, телеведущие подкуплены огромными средствами и сделаны искусственными звёздами. Эти звёзды в таком разогретом финансовом состоянии, что они не воспринимают реальной действительности и не имеют возможности оценивать объективно тот материал, который транслируют аудитории. Этот информационный продукт интересен им только в финансовом измерении. Они паразитируют как переработчики в промышленности: сырьё поставляют производители, а переработчики вместе с торговцами снимают барышнные сливки. Произошло имущественное разделение не только информационных каналов, но и самих журналистов.

Журналистика стала воюющей профессией. В практику журналистской деятельности снова вошло понятие военный корреспондент. За участие в освещении боевых действий на Ближнем Востоке молодая российская журналистка награждена медалью «За боевые заслуги», которой награждают только в военное время. Такие награды стали неотъемлемой частью нашей действительности. Тем более, что журналисты стали жертвами современной войны и в массовом порядке гибнут на поле боя. В 2013г. в мире погибло более ста журналистов, которые свидетельствовали об ужасах современных войн на нашей планете. В январе 2015г. террористы расстреляли десять сотрудников редакции французского сатирического журнала в Париже. Основная причина трагического происшествия, которую распространили французские власти, заключается в том, что журнал напечатал карикатуру на пророка Мухаммеда. Думается, что сатирические материалы – это только первопринципный повод для совершения такого чудовищного преступления.

Можно склоняться к выводу, что в практике функционирования СМИ необходимо соблюдать законы конфессиональной этики и уважительно относиться к чувствам верующих. Однако это был выбор редакции журнала, и она не нарушала законов Французской республики. Поэтому такой самосуд, который был организован террористами против журналистов, оправдать ничем нельзя. В то же время истинные причины этого происшествия значительно сложнее. Всему миру известна радикальная позиция французских властей, которые поддержали США в

осуществлении бомбардировок исламских вооружённых формирований на территории Сирии и Ирака, бесцеремонно вмешивались в процесс разжигания «цветных революций» на Севере Африки.

Представляется также, что одной из главных причин трагедии в том, что во Франции назрела конфликтная ситуация между коренными жителями и мигрантами из многих стран Азии и Африки. В последние годы там возникают жесткие конфликты на национальной почве. Дело дошло до того, что один из политических обозревателей, объясняя причины парижской трагедии, высказал мнение, что в 2020г. Франция будет мусульманской республикой. Отметим здесь одну примечательную деталь. В связи с происшествием в Париже президент Франции призвал своих граждан провести в воскресенье, 11 января, митинг протеста, для участия в котором пригласил руководителей европейских государств. Согласие выразили более пятидесяти президентов и премьер-министров, в том числе канцлер Германии, премьер-министр Великобритании, президент Украины и др. Факт весьма характерный. Участники митинга протеста такого высокого ранга скорбят о гибели французских журналистов. Это естественное человеческое чувство сострадания. Но впору напомнить, что почему-то такой солидарности гнева против убийства журналистов на территории Сирии, Ирака, Донца и Луганска не только не вызывало всеобщего возмущения, но почти замалчивалось в Европе. И это не удивительно, что жертвенность в разных ситуациях оказывается разной.

Журналистское сообщество поразительно разобщено. Профессиональная солидарность деформирована настолько, что журналисты не только не защищают друг друга в экстремальных ситуациях, но и способствуют оскорбительным действиям. Широко известен отвратительный факт, когда из помещения украинской Рады радикальный националист изгонял аккредитованного российского журналиста, то украинские коллеги унижительно аплодировали этому позорному явлению.

К глубокому удивлению и сожалению украинская журналистика является собой наиболее яркое представление о воинственных деформациях информационного поля. Можно понять ту часть украинской ответственности, которая выступает за мирное урегулирование гражданского сопротивления в Новороссии, сохранение целостности государства, соблюдение национальных интересов, уничтожение коррупции и проведение самостоятельной внутренней и внешней политики. Это право народа невозможно отнять. Только методы, которыми достигаются эти цели со стороны государственного управления оправдать трудно, думается, что и никак нельзя. Более ста государств мира проголосовали за

резолюцию ООН о проявлениях неонацизма в Украине, и только США и Канада были против и их поддержали страны Евросоюза.

Это – позорная позиция, тем более что Германия и Италия – это родное гнездо фашизма, а почти все европейские страны фактически добровольно продажно подлегли под ярмо третьего рейха во время второй мировой войны, а затем, после освобождения Советской армией, забыв о позорном прошлом, воевали, слава Богу, против нацистов. Теперь же руководители многих европейских государств предали забвению кровавые уроки прошлого и стыдливо не замечают повторения нацистских выходов в Украине.

Киевские журналисты оказались в плену неонацистской политики. Они не выступили на защиту своего жертвенного народа, не увидели смертного греха в уничтожении тысяч своих сограждан, не остановили убийственный «майдан» или развязывание гражданской войны в Новороссии. На их совести умолчание о страшном преступлении в Одессе, второй Хатыни, как справедливо назвали одесситы события на Куликовой площади. Российская «Литературная газета» посвятила целую страницу публицистическим стихам замечательной поэтессы Юнны Мориц. В одном из них говорится: «То, что случилось в Одессе, касается ВСЕХ // То, что случилось в Одессе, Чудовищный ГРЕХ! // То, что случилось в Одессе, фашизма разврат // Морда фашизма, фашизма пылающий ад» [4].

За это кровавое преступление возмездие неминуемо. Будут отмщены многочисленные невинные и напрасные жертвы. Никто и никогда не простит убийство той беременной женщины, которую с содроганием видели на своих телеэкранах миллионы людей. К сожалению, не только украинская и европейская журналистская братия не осудила кровавый шабаш. Промолчали и многочисленные одесские известные в России деятели искусства, которые декларировали патриотические чувства своему родному городу Одессе и воспевали её на все лады. После трагедии затихли их голоса, они стыдливо поджали свои павлиньи хвосты. Возможно, боясь, что возьмут их за лацканы фраков и выбросят в мусорный контейнер люстрации. А вот молодая украинская эстрадная артистка, или всемирно известная оперная певица и многие другие не испугались перед угрозами и воплями толпы «ганьба!».

Криками «кто не скачет, тот москаль!» Украине не помочь. Это в голову неонацистов стучит слепая ненависть. Но где же голос разума могущественной украинской культуры, литературных наследников великого Тараса Шевченко, властителей дум и регуляторов общественного сознания – журналистов и публицистов? Как правильно оценил ситуацию в информационной сфере Украины один из депутатов Рады

прошлого созыва: Бог лишил нашу элиту ума! Возможно, сказано резко, но истина в этих словах есть. На небесах теперь в большом замешательстве. Трудно найти лекарство, чтобы исцелить богоносный христианский народ от такого умопомрачительства, которое хозяйничает теперь в этой некогда прекрасной, но и сейчас близкой нам стране.

Украинские СМИ в месте с европейскими каналами ополчились на Россию и видят в ней врага первой величины и все свои беды. Запад откровенно учреждает под давлением США экономические санкции против России и считает одновременно, что Россия может решить все украинские проблемы. Остановить экономическую катастрофу бесплатной поставкой угля, нефти и газа, вывести свои невведённые войска из Новороссии, отвести войска от украинской границы, чтобы, наверное, спокойно строить там китайскую стену на границе с Россией. Хорошо, что не запрещают поставлять жителям Донбасса и Луганска детям, женщинам и старикам гуманитарную помощь. И это под злобные фашистские приветствия и выкрики «Москалей на ножи!» Какая-то фантазмагория из «Вечеров на хуторе близ Диканьки».

В западных СМИ иногда появляются материалы и высказывания политиков, которые якобы трезво оценивают события на Украине и стремятся найти выход из кризиса, который затрагивает и европейские страны. Однако эти робкие голоса, на наш взгляд, не что иное, как заказной отвлекающий манёвр и прикрытие оголтелого европейского осуждения позиции России, и её союзников, которые выступают за мирное разрешение украинского конфликта. Как медленно запрягают, так никуда и не едут европейские миротворцы. Хотя в многочисленных высказываниях сквозит мысль, что все проблемы в Украине нужно решить за счёт России. Примечателен факт. На встрече российского министра иностранных дел и госсекретаря США у первого спрашивают: воюют ли в Украине российские войска? Министр отвечает: даже информационная служба департамента CIA не может подтвердить наличие российских войск в Украине. Их там нет! Тогда корреспондент обращается к госсекретарю США с тем же вопросом. Ответ: Если наша информационная служба не знает, откуда же будем знать мы! В этой шутиливой фразе не скрытый смысл: слухи, домыслы и вымыслы часто руководят информационными потоками и если это исходит от правительства США, то по рейтингу доверия источнику информации может быть дезинформировано всё мировое общественное мнение.

Заказная западная журналистика с сознанием дела обманывает аудиторию, вводя в заблуждение свои народы. Поддерживая экономические санкции против России, а теперь и против Евразийского союза, они маскируют несомненные убытки и для своих собственных государств.

Те же французские корабли-местрели стоят миллиарды долларов, и не менее того стоит продукция европейских государств, которая сбывалась в России. Такое характерное умолчание смерти подобно.

Неприятно смотреть, как молоко выливается в канализацию, сотни тонн фруктов и овощей выбрасывается в мусор, так как нет возможности их сбыта на рынках. Но главное то, что производство этой несметной и ценнейшей продукции на руках тысяч тружеников, которые не получили вознаграждения за свой труд. Обнищание при изобилии, которое превращается в отбросы по воле амбициозных политиков, самое обидное и уничижительное состояние для человека.

Сложное политическое и экономическое состояние переживает Россия и вся Европа, те страны, которые пошли на поводке правительства США. Санкции введены экономические, но это можно квалифицировать как иностранное вмешательство во внутренние дела суверенных государств. Фактически в настоящее время объявлена новая холодная война, которая вместе с информационной и вооружённой войной ввергает весь мир в очередную катастрофу. Необходимо заметить, что многие западные журналисты осуществляют свои профессиональные обязанности по убеждению. Они воспитаны на сконструированных постмодернистских ценностях либеральной философии. Худшее постмодернистское проявление – это отрицание христианских традиций, потеря семейных ценностей и провозглашение браков, которые имеют безобразный смысл. Более сложный философский постулат лежит в той плоскости, что человеческая жизнь измеряется формулой сопроматизма «за пределами смысла» «Чёрного квадрата» К.Малевича [5]. Т.е. человеческая жизнь, несмотря на божественное предназначение, также не представляет никакой ценности. Не потому ли на арабском востоке среди боевиков воюют тысячи европейцев, в том числе и из стран СНГ. Журналисты и политики закрывают глаза на проявления неонацизма, постоянные вооруженные столкновения в различных странах современного воюющего мира.

Общественности известны оскорбительные демарши против религии, в том числе и христианской. Постмодернистская традиция не допускает торжества христианской веры, так как у нас фундаментальные позиции коллективизма, братской взаимопомощи, выступления всем миром против зла и несправедливости. На этом основании массмедиа западная элита костит христианский, и заодно славянский мир. В СМИ утверждается, что христианская философия нарушает права человека, защищая свои традиции от поползновения искажённых и преступных попыток навязать нам различные асоциальные объединения и группы нетрадиционных ориентаций. Подвергаются критике право-

славные семейные ценности, пропагандируется снижение до детского возраста возможности вступления в брак, не отвергается аморальное отношение к животным и проч. Во многих государствах развязана война против традиционных религий, злоумышленно разрушаются храмы, проводятся репрессии против священнослужителей. Эти инквизиторские выступления против веры висят над отступниками страшным проклятием. Но ведь известно, что те, кто не осознаёт своих преступлений, находится в бесовской власти и руководит его поступками нечистая сила.

Практика деятельности СМИ показывает, что европейская журналистика, а сейчас в некоторой степени и постсоветская, подвержены сильному влиянию либеральной постмодернистской философии. Вульгаризируются общечеловеческие ценности, подогревается раскол в религии, кризис в политике, экономике, внедряется ревизия общечеловеческих понятий идеалов добра и пропаганда оскорбительных неестественных отношений между людьми, расовая и религиозная дискриминация [6]. Информационное пространство перегружено негативной стороной современной жизни, что является губительным и для человека, и для всего общества. Напрашивается обоснованное заключение, что жизнь человека под воздействием негативной информации проходит в постоянных экстремальных условиях.

Анализ деятельности современной международной журналистики показывает, что в настоящее время в информационной сфере идёт новая «холодная информационная война», продолжением которой являются вооружённые кровопролитные конфликты в разных регионах мира;

- причиной информационной «холодной войны» является сращивание финансовых интересов коммуникационных компаний с партиями войны, которые обладают огромными материальными ресурсами и диктуют милитаристскую волю национальным правительствам;

- информационная война ведётся двумя фронтами – агрессивная коммуникация выступает против миролюбивой демократической журналистики; воинствующая коммуникация своей массовостью, государственной ангажированностью и репрессивностью подавляет вторую, которая стремится заглушить убийственный пожар вооружённой борьбы;

- воинственным, злым и беспощадным становится содержание международной журналистики: миротворческая журналистика, вынуждена отвечать на смертоносные идеи своих оппонентов и пользуется оружием противника: тиражированием оскорблений, насилия, кровопролития и массового озлобления. В результате современная междуна-

родная коммуникация превратилась в жертвенное поле информационной холодной войны;

- журналисты в сильной степени подвержены политическому влиянию деструктивных сил и поэтому разделены на противоборствующие группы в профессиональных союзах – одних награждают боевыми наградами за мужество и гражданскую позицию, другие приспособливают свой талант и публицистическое мастерство для оправдания преступлений перед обществом и государством;

- воинствующим выражением радикальной части общества стал интернет. На 1 января 2015г. абонентов сети интернет в Беларуси насчитывается 8,3 млн. На планете более 3 млрд. человек пользуются всемирной сетью. Массовое возмущение в социальной сети, как показывает практика, готово смести правительства, разрушить государства и ввергнуть общества в гражданскую войну.

Современная международная журналистика, разогревая сферу холодной войны, вышла далеко за пределы своего гуманистического предназначения, и потребуются огромные усилия политических сил и мирового сообщества, журналистских союзов, чтобы избежать катастрофы третьей мировой войны и вернуть человечество на путь согласия, мира и созидания.

#### *Литература*

1. Выступление Президента Республики Беларусь при подписании соглашения об учреждении Евразийского Союза в Москве. СБ. Беларусь сегодня. 2014. 16 декабря.

2. Deutsche Welle. 2015. 2 января.

3. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – М.: Академия. – 783 с.

4. Литературная газета. 2014. 14-16 мая. С.9.

5. Дойч, К. Нервы управления. Модель политической коммуникации / К. Дойч. – М., 1993. – 243 с.

6. Аргументы и факты. 2015. 5 января.

**Анатолий Соловьев**

*Белорусский государственный университет*

### **УРОКИ CHARLIE HEBDO: К ВОПРОСУ О «ЧЕТВЕРТОЙ ВЛАСТИ», СВОБОДЕ СЛОВА И ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ГЛОБАЛИЗИРОВАННОМ ОБЩЕСТВЕ**

События вокруг сатирического журнала Charlie Hebdo в начале 2015г. вновь оживили интерес к теме свободы слова и ответственности

медиаресурсов в современном мире, где с появлением интернета сложная и более влиятельная чем когда-либо в истории глобальная система коммуникации вдруг стала...больше, чем само человечество. Параллельно с чисто технологическим ростом могущества коммуникаций, особенно с выходом на авансцену медиaprостранства социальных сетей, влияние СМК становится определяющим. Функционирование глобальных по своему характеру информационных потоков придает массово-коммуникативной деятельности все более значимую роль. Речь идет о том, что средства массовой коммуникации сегодня уверенно регулируют индивидуальное и групповое поведение человека в социуме.

Если есть определенные медиаустановки на формирования образа конкретного человека, идеи или любой проблемы в СМИ, то значит, что именно такими после их воплощения они станут восприниматься и в реальной жизни. Воздействуя посредством информации на общественное мнение, массовые коммуникации способствуют тем самым наилучшей реализации целей субъектов социальных интересов. Исходя из этого тезиса, отдельные эксперты высказывают убеждение, что журналистика сегодня в действительности очевидным образом проявляет себя не просто той самой «четвертой властью», а наиболее эффективной из всех четырех. Парадоксально, но в контексте глобализации некоторые медиааналитики называют власть прессы первой, а не четвертой. Их стараниями этот факт послужил основанием для нового прочтения термина «четвертая власть», который наделяет массовые коммуникации некими особыми властными полномочиями.

Но все-таки трудно не согласиться с Т. В. Науменко в том, что «журналистика является четвертой властью (если гипотетически предположить, что таковая возможна) тогда и только тогда, когда она не является самой собой. Если внимательно присмотреться к данному выводу, то окажется, что он абсолютно правилен логически и, более того, верен по существу: он означает, что журналистика не является ни четвертой, ни какой бы то ни было другой властью» [1]. Поэтому стоит принять очевидный вывод: выражение «журналистика – “четвертая власть”» являет собой абсолютную метафору. Журналистика, как «четвертая власть», есть метафора, стоящая в ряду других таких же «числовых» метафор, как «пятая колонна», «шестое чувство» или «восьмое чудо света». «Наделение журналистики властными функциями происходит из-за смешения понятий «власть» и «влияние» и из-за отсутствия четкого определения того и другого. <...> Что значит власть? Что значит минимальное воздействие или максимальное воздействие? Насколько сильными должны быть СМИ, чтобы обладать властью или влиять на события?» [1].

Возникнув как метафора, понятие «четвертая власть» не стало объектом серьезных исследований политологов и социологов и обсуждалась только в среде журналистов и теоретиков журналистики. В этом случае поставленные выше вопросы становятся принципиальными. То есть, если рассмотрение массовых коммуникаций в аспекте носителя власти является фактически бессмысленным, то их способность оказывать влияние на ход событий, становится катализатором политических, культурных и иных процессов в мире образца 2015г. действительно может быть предметом для глубокого научного исследования. Интерактивная среда web-а 2.0 и тем более возможности нарождающегося «интеллектуального» интернета третьего поколения стимулируют изучение аспектов медиального воздействия уже не только продуктов журналистского творчества, но и активно вызывают исследование проблем влияния на общественные процессы социальных сетей и социальных медиа.

Если принять за аксиому, что влияние массовых коммуникаций в современном мире велико (а примеров такого влияния в последние годы действительно предостаточно), то следует посмотреть, в первую очередь, на качество перемен, последствия, к которым приводят изменения в обществах, отдельных государствах, судьбах конкретных людей. Есть смысл взять для рассмотрения примеры неоднозначного, а порой и просто очевидно негативного отклика массового слова, призыва, манифеста на уклад жизни большого количества людей, целых народов, стран, регионов (как, например, арабских стран, Украины). Дистанция от произнесенного слова до желания действовать и самого действия становится слишком короткой. И от сказанного (невольно либо с умыслом) обрушиваются курсы валют и курсы акций, возникают военная напряженность и даже конфликты, при которых, в свою очередь, с помощью современных гаджетов подогреваются и координируются действия протестующих, оказывается колоссальное давление на власть, что приводит нередко к непоправимым последствиям в жизни всего общества.

Но если в поле зрения исследователей прошлого было, скажем, изучение роли журналистики в идеологическом управлении общественными процессами, то сейчас таких полюсов влияния стало гораздо больше. Блоги, микроблоги, выступления в соцсетях становятся значимыми и практически неконтролируемыми источниками влияния. В этом случае свобода слова и ответственности журналистики в разных ее проявлениях и трактовках уже не является тем эталоном и руководством к действию, которыми они служили многие годы ранее.

Есть крайнее мнение: «Как в политике, так и в журналистике морали почти не осталось, а “облик оморале” журналиста хорошо иллюстрирует телевидение: пять минут позора, и ты обеспечил себе полгода без-

бедной жизни» [2]. Выказано данное мнение в комментариях по событиям, связанным с расстрелом парижской редакции журнала Charlie Hebdo, но сопряжен данный тезис все же с постижением именно той свободы слова, которая в разные времена понималась по-разному, с одной стороны, и трактовкой концепта свободы в современном секуляризованном и свертехнологичном мире, – с другой.

Исторически так получилось, что рожденная в итоге французской революции 1789г. «Декларация прав человека и гражданина» стала важной вехой в истории идей прав человека и одновременно величайшим документом, который подчеркивал значение человека в истории и формулировал проблему прогрессивного решения его прав. В Декларации свобода человека трактовалась как право «делать все, что не вредит другим» (ст. 3). Важны в этом контексте еще два положения. «Закон обладает лишь правом запрещать такие действия, которые вредны для общества» (ст.4).«Свободное выражение мыслей и мнений является одним из наиболее ценных прав человека. Каждый может свободно говорить, писать и печатать с учетом ответственности за злоупотребления этой свободой в случаях, установленных законом» (ст.16) [3].

Компактный и строгий документ Декларации, состоящий из всего 17-ти емких тезисов, на протяжении более 200 лет остается основой для разработки целого ряда правовых документов, принятых не только в рамках одной Западной цивилизации, но фактически всего мира. Так, Декларация оказала известное воздействие на разработку ООН комплекса международно-правовых норм, регулирующих сотрудничество государств в области защиты прав человека; стала источником вдохновения для правовых документов стран и регионов. С другой стороны, фиксируемые этими документами определенные стандарты и установки делать все, что не наносит вреда другому, означали, что осуществление естественных прав каждого человека ограничено лишь теми пределами, которые обеспечивают другим членам общества пользование теми же правами. Пределы эти могут быть определены только законом. Можно выразиться по-другому: свобода – это возможность беспрепятственного достижения результатов, потенциал для беспрепятственных действий.

Французский урок Charlie Hebdo еще не изучен и не усвоен. Возможно, из него даже не сделают громких и понятных всем выводов, но основные позиции (разумеется, со всеми 50-ю оттенками серого) остаются две. Первая изначально была представлена в социальных сетях в виде хештэга #JeSuisCharlie (Я – это Шарли). Таким образом, многие люди из разных стран мира сначала вербально, потом на демонстрациях выразили соболезнование по поводу гибели 10-ти сотрудников журнала Charlie Hebdo и полицейских. Вторая состоит в призыве игнорировать

подобную сатиру и журналистику и активно противостоять публикациям непристойных карикатур на святых христианства, ислама, иных религий, чтобы не дополнять вектор текущего насилия еще и религиозной составляющей, способной сегодня воспалить все общество.

Между тем путь издания к трагедии сопровождался своеобразным и непостижимым для не западных цивилизаций пониманием свободы слова и ответственности журналистов, а в данном случае, скорее, карикатуристов. История сатирического журнала Charlie Hebdo началась в 1969г. Первоначально издание называлось NaraKiri Hebdo в честь ежемесячника-предшественника. Однако уже через год после открытия власти Франции запретили издание за шутку по поводу смерти бывшего президента страны Шарля де Голля. Но редакция сменила название и продолжила работу. В 1981г. выпуски Charlie Hebdo прекратились, и журнал был возрожден лишь спустя 11 лет.

Редакция Charlie Hebdo придерживается антирелигиозных и крайне левых взглядов и публикует карикатуры, колонки, статьи и другие сатирические материалы общественно-политической направленности. В разное время на первой полосе газеты высмеивались практически все религии – от католицизма до ислама; постоянно достается и политикам, особенно французским. Charlie Hebdo – последовательное антирелигиозное издание, особое внимание уделяющее карикатурам и статьям на тему ислама. Газета, в частности, перепечатывала серию карикатур на пророка Мухаммеда из датского издания Jyllands-Posten, первоначальная публикация которых вызвала крайне негативную реакцию в мусульманских странах и массовые протесты. Перепечатка карикатур увеличила тираж журнала в полтора раза. Пророк Мухаммед появлялся на страницах Charlie Hebdo много раз, в том числе в полуобнаженном и обнаженном виде. На одной из обложек Мухаммед держал себя за голову, причитая: «Тяжело, когда тебя почитают дураки».

В Charlie Hebdo считают, что для шуток нет запретных тем, и религия – не исключение. В 2008г. журнал выиграл судебный процесс по иску от представителей мусульманских общин, возмущенных перепечаткой карикатур на пророка Мухаммеда. В редакции объясняют, что еженедельно публикуют множество провокационных материалов на различные темы, однако резко негативную реакцию вызывают только карикатуры на пророка. Кроме того, весной 2006г. Charlie Hebdo опубликовала «Манифест двенадцати», в котором исламу был назван «новым тоталитаризмом». «Победив фашизм, нацизм и сталинизм, мир сталкивается с новой глобальной угрозой тоталитарного типа – исламом. Мы... призываем к сопротивлению религиозному тоталитаризму, к утверждению свободы, равенства возможностей и светскости

для всех», – говорилось в статье. Авторы манифеста заявили, что «речь идет не о столкновении цивилизаций или об антагонизме между Западом и Востоком, но о глобальной борьбе, в которой демократы противостоят клерикалам».

В 2011г. Charlie Hebdo на один номер переименовался в Charia Hebdo, назвав пророка Мухаммеда приглашенным главным редактором, а на обложке разместив изображение пророка, говорящего: «Сто ударов кнутом тому, кто не умрет от смеха». За сутки до выхода номера редакцию Charlie Hebdo забросали бутылками с зажигательной смесью, здание полностью выгорело. Редакция и до этого случая, и после него неоднократно получала угрозы от радикалов. В действительности покойные карикатуристы успели поглумиться не только над исламскими святынями; они издевались и над христианской Троицей, и над Иисусом Христом, над москвичами, погибшими в метро, над всем и вся, невзирая на чьи-либо чувства. В декабре 2014г. на обложке журнала появилась оскорбительная для чувств верующих христиан карикатура издания к Рождеству. 7 января 2015г. Charlie Hebdo вышла с анонсом нового романа-фэнтези французского писателя Мишеля Уэльбека «Покорность», в котором рассказывается о победе на выборах во Франции в 2022г. президента-мусульманина и исламизации Европы. Кроме того, за несколько часов до нападения на редакцию в твиттере Charlie Hebdo появилась карикатура на лидера т. н. Исламского государства Ирака и Леванты (ИГИЛ) Абу Бакр аль-Багдади [4]. В этот же день произошел расстрел редакции.

Анализ оценок и мнений о случившемся из десятков источников в первую неделю после трагедии едва ли подводит к заключению, что главным вопросом всей дискуссии может и должен стать вопрос, готова ли европейская цивилизация к правильной, философской оценке того, что происходит. Если ознакомиться с первыми откликами и оценками парижской бойни, то они о том, что главная трагедия – это посягательство (помимо, конечно, гибели людей) на свободу слова. И далее следует коллективная клятва политиков и медийщиков: сколько бы нас ни убивали, мы все равно будем писать и говорить, что хотим. Если так, логично предположить, что свобода слова выродилась в свободу оскорблять и унижать любого и каждого, невзирая ни на какие авторитеты. И что ее носители стали представлять свое бытие в цивилизации, определяемой законами постмодернистской философии, когда человек не связан ни с каким порядком вещей, отрицает любую систему ценностей, сам себе ее назначает, не подчиняясь никакому своду правил. Должен ли он за это поплатиться? Не должен. Но может, как в этом

случае, где погибли не только «свободные» карикатуристы и журналисты, но и не причастные к оскорбительным действиям полицейские.

Еще около 300 лет тому назад французский писатель, правовед и философ Ш. Монтескье, разработавший доктрину о разделении властей, назвал свободу «правом делать все, что дозволено законом». основополагающие принципы политического либерализма, сформулированные Монтескье, постепенно утвердились в качестве незыблемых догм для западных обществ. Либерализм давно стал пониматься как свобода в широком смысле слова: плюрализм мнений, свобода предпринимательства, свобода совести, свобода слова, в том числе средств массовой информации. Другое дело, что с некоторых пор приходится говорить о «постнеолиберализме», «либеральном авангардизме», «ультралиберализме», которые определяются глубоким и всепроникающим действием постмодернистской философии на всю парадигму политической, общественной, культурной, духовной жизни. Идейной базой глобализма становится постмодернизм, уничтожающий границы между добром и злом, между культурными ориентирами, стирающий традицию в пыль. Правда, если уничтожить любые ориентиры – кем тогда можно быть? Если нет точки отсчета, объект не движется в пространстве. Если нет зла, то и добра тоже нет.

В этом случае уверенность в правильной, философской оценке событий вокруг журнала *Charlie Hebdo* на Западе может и не оправдаться. По мнению главы Европейского Института демократии и сотрудничества и Фонда исторической перспективы Н. Нарочницкой, есть сомнения, что «постмодернисты, которые тут доминируют во всей прессе, во всем информационном сообществе и в политической элите, за исключением небольшого числа консерваторов, не начнут кричать, что самое главное в нашей цивилизации – это свобода слова. Я свободен, я так считаю, и никто не может меня унижить, оскорбить и дать мне пощечину. А там это часто уже понимается, как я свободен, я каждого могу оскорбить, унижить, дать ему пощечину» [5]. Такая интерпретация поведения в этой конкретной ситуации коррелируется с исходными принципами политической идеологии либерализма, где человек представлен как автономная самоуправляющаяся личность, способная устанавливать законы собственной нравственности и поведения. Дж. Милль сформулировал эту мысль в форме аксиомы: «Человек сам лучше любого правительства знает, что ему нужно» [6].

Очевидным фактом можно считать то, что реализация идей либерализма на современном этапе выявила ряд проблем и противоречий в обществе и деятельности СМК: совмещение демократии и индивидуальной свободы; противоречия между индивидуальными свободами и

общественной моралью, патриотизмом и универсальными (общечеловеческими) правами и свободами человека. Номинальные сторонники либерализма, похоже, забыли основной постулат либеральной этики: «Твои права заканчиваются там, где начинаются права другого человека». Помимо этого, все острее стоит вопрос о том, являются ли ценности либерализма универсальными, общими для всех стран, культур и народов, или это ценности, которые присущи только западной цивилизации, а утверждение их на иной «культурной почве» затруднено.

Получается, что сами носители морально-этических принципов уже не внимают авторитету самого Монтескье, который, являясь отцом современного западного либерализма, предупреждает об ответственности: «Все люди равны в республиканских государствах, они равны и в деспотических государствах. В первом случае они равны, потому что они – все, во втором – потому, что они ничто. Свобода есть право делать все, что дозволено законами. Если бы гражданин мог делать то, что этими законами запрещается, то у него не было бы свободы, так как то же самое могли бы делать и прочие; главное – это безопасность гражданина» [7].

Вопросы безопасности напрямую зависят от ответственности самих граждан, а если мы говорим о медийщиках, то – об ответственности журналистов, блогеров, любых медийных и публичных персон, лидеров мнения. Ответственность – субъективная обязанность отвечать за поступки и действия, а также их последствия. Таким образом, понимание понятий «свобода», «свобода слова» и «ответственность» в неолиберальной и постнеолиберальной традиции зависит сугубо от ценностей человека. Так что в ситуации вокруг трагедии с Charlie Hebdo остается больше вопросов, чем ответов.

В этом случае, в соответствии с духом времени, вполне можно сослаться на мнения блогеров известных интерактивных медиаресурсов и выделить некоторые наиболее объективные оценки случившегося в Париже.

Литературный и театралный критик Гарри Гайлит: «Это откровенное двурушничество. Разве погибшие «раблезианцы» не надругались над одной из главных европейской ценностей – над свободой совести, над религией мусульман? Вопрос вот в чем: могли ли те, кто снарядил террористов на эту акцию, иным путем заставить замолчать парижский юмористический журнал? Нет, не могли. И вот результат» [8].

Корреспондент «Эха Москвы» Алексей Голубев: «Я не Шарли. И не исламист, конечно... Но почему я вообще должен выбирать? Между террором и похабщиной – почему? Европейское журналистское сообщество солидаризировалось и выступило единым фронтом за Charlie

Hebdo, ринулось отстаивать право на вседозволенность, называя её свободой слова. Создается впечатление, что ничего более так не объединяет европейцев, как борьба за право на распущенность во всех её проявлениях... «Мы все Шарли»... Нет, спасибо, я не Шарли и не Эбдо. Мое понимание журналистской работы слишком отличается от понимания французских коллег из сатирического издания. Уже, увы, покойных» [9].

Председатель международного интерактивного портала IMHOclub Юрий Алексеев: «А знаете, сколько настоящих журналистов погибло в прошлом году? По данным всемирной журналистской корпорации Press Emblem Campaign — 128 (сто двадцать восемь!). И что? «Прогрессивное человечество» вышло на демонстрацию? Оно потребовало расследования и наказания убийц? Я себя тоже причисляю к журналистскому цеху. Считаю это звание высокой честью. Хотя... точки отсчета в мире стремительно меняются. Идеалом красоты становятся кончиты-вюрст, идеалом гуманизма – нацисты, идеалом политики – джейны-псаки, идеалом борьбы за права человека – пусси-райоты, идеалом демократии – майданы, а идеалом журналистики – клоуны-порнографы» [10].

Урок, который был дан по событиям трагедии в редакции журнала Charlie Hebdo, может состоять в поиске ответа на вопрос, что представляет собой мораль ненасилия в глобализованном обществе. Ведь, если исходить из принципа абсолютной свободы слова, то пора понять, что этот на первый взгляд стопроцентно демократический принцип может привести к тому, что погибнет именно та свобода слова – и вообще все свободы, во имя которых данный принцип провозглашается. Как предотвратить такое толкование (или извращение) принципа свободы и прав личности, при котором начинает господствовать полная вседозволенность, рушатся все табу? Но как пресечь эту пагубную тенденцию, не скатываясь при этом к тоталитарной системе запретов и обязательных норм, устанавливаемых государством? Вопрос фундаментальный.

#### *Литература*

1. Науменко, Т. В. «Четвертая власть» как социологическая категория / Т. В. Науменко // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.intelros.ru/2007/07/06/print:page,1,tv\\_naumenko\\_chetvertaja\\_vlast\\_kak\\_sociologicheskaja\\_kategorija.html](http://www.intelros.ru/2007/07/06/print:page,1,tv_naumenko_chetvertaja_vlast_kak_sociologicheskaja_kategorija.html). – Дата доступа: 15.01.2015.

2. Вахтель, В. Награда нашла героев / В. Вахтель // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://imhoclub.lv/ru/material/nagrada\\_nashla\\_geroev?userlast=230](http://imhoclub.lv/ru/material/nagrada_nashla_geroev?userlast=230). – Дата доступа: 15.01.2015.

3. Декларация прав человека и гражданина (1789г.) в истории идей о правах человека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bir-ip.com/deklaratsiya-prav-cheloveka-i-grazhdanina-1789-g-v-istorii-idey-o-pravah-cheloveka/>. – Дата доступа: 15.01.2015.

4. Чем прославился журнал «Шарли Эбдо» до кровавого теракта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vesti-ukr.com/mir/84066-chem-proslavilsja-zhurnal-sharli-jebdo-do-krovavogo-terakta>. – Дата доступа: 15.01.2015.

5. Чинкова, Е. Свобода слова выродилась в свободу оскорблять / Е. Чинкова, А. Кочнева // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kp.by/daily/26326/3210132/>. – Дата доступа: 15.01.2015.

6. Политология: Учебное пособие / Под ред. А. С. Тургаева, А. Е. Хренова. – СПб.: Питер, 2005. – 323 с.

7. Монтескье, Ш.-Л. О духе законов / Ш.-Л. Монтескье. – М., «Мысль», 1999. – 225 с.

8. Гайлит, Г. Умру от смеха... / Г. Гайлит // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.imhoclub.lv/ru/material/umru\\_ot\\_smeha](http://www.imhoclub.lv/ru/material/umru_ot_smeha). – Дата доступа: 15.01.2015.

9. Голубев, А. Я не Шарли / А. Голубев // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.echo.msk.ru/blog/al\\_golubev/1470918-echo/](http://www.echo.msk.ru/blog/al_golubev/1470918-echo/). – Дата доступа: 15.01.2015.

10. Алексеев, Ю. Награда нашла героев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://imhoclub.lv/ru/material/nagrada\\_nashla\\_geroev?userlast=230](http://imhoclub.lv/ru/material/nagrada_nashla_geroev?userlast=230). – Дата доступа: 15.01.2015.

**Виктор Сорока**

*Институт журналистики Киевского национального университета  
имени Т.Г.Шевченко, Украина*

## **ОПЕРАТИВНОСТЬ И АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕЛЕНОВОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ ИНТЕРНЕТИЗАЦИИ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Две чрезвычайно важные составляющие стандартов новостной журналистики в целом и телевизионной частности – оперативность и актуальность информации. Эти характеристики, с одной стороны, взаимосвязаны, с другой – могут не зависеть друг от друга. Украинская исследовательница Л. Супрун пишет, что оперативность журналистской деятельности заключается в своевременном сообщении определенной информации и является достаточно важным принципом новостной журналистики [1]. Оперативность – это способность журналиста и редакции

вовремя донести соответствующую информацию до аудитории. Оперативность информации зависит от ее характера. В одном случае, когда речь идет о кратком сообщении, о факте, событии, явлении, то есть о новости, оперативность измеряется часами, даже минутами.

Новость в любой форме отличается актуальностью и оперативностью. Актуальность журналистского произведения вытекает из того, что масс-медиа должны ежедневно откликаться на то, что является новым, что сегодня волнует людей. Само слово “актуальный” (от латинского *actualis*) – настоящий, теперешний, современный, – означает важный в настоящее время, назревший и требующий решения. У журналиста должен быть выработан постоянный интерес к тому, что мы называем “злойбой дня”. Актуальность и оперативность не тождественные, но взаимосвязанные понятия. Актуальность предполагает своевременность подачи информации, потому что завтра новость потеряет интерес. Отсюда необходимость оперативности. Оперативной является такая работа, когда можешь вовремя подготовить и донести до реципиента ту или иную информацию. Следовательно, оперативность – это умение непосредственно быстро, умело и вовремя выполнить поставленную задачу. Актуальность – это умение отыскать и сделать дело чрезвычайно важное для данного момента [2, с. 10]. Такого же мнения придерживается Л. Супрун, когда пишет, что запоздалая информация уже не актуальна, не интересна.

Журналистиковед И. Михайлин понятие оперативности называет хронологической актуальностью. С этой точки зрения все новости должны быть “последними”, отличаться свежестью. В журналистике идет постоянная борьба за оперативность, первенство и приоритетность в представлении сообщений [2]. В то же время Михайлин выделяет содержательную актуальность. Отмечает, что с этой точки зрения информация должна иметь общегражданское значение, быть важным для достаточно широкого круга граждан, вызывать интерес большой группы читателей. Ученый ссылается на В. Резника, который выделил такие три составляющие актуальности: общественная обусловленность (общественная мотивированность), соответствие важным общественным задачам (общественная целеустремленность) и общественная целесообразность (общественный смысл). «В первом аспекте актуальная тема – это такая, которая призвана к жизни общественными потребностями и проблемами. Во втором аспекте актуальность связывается с активным общественным целеприношением, которое должно быть расположенным в пределах улучшения общественной жизни, оздоровление социальных процессов. В третьем аспекте под актуальностью понимается возмож-

ность журналистского произведения оказывать положительное влияние на дальнейшую деятельность читателей» [2].

Украинский журналистиковед В. Лизанчук считает, что любое информационное сообщение должно отличаться новизной, свежестью. Чем более своевременным является информирование о новости, тем выше ее ценность. Чем больше времени проходит с момента события, тем меньший интерес к ней. “Сообщения, которые не обогащают наше представление о мире, не отвечают на животрепещущие вопросы, интереса не вызывают” [3, с. 129]. Новость надо сообщать в момент ее зарождения или развития. На вопрос “Когда?” радиосообщение должно отвечать конкретно “Только”, “Час назад”, “Сегодня”, “Вчера”. Такие радиосообщения, как отмечают психологи, вызывают у людей чувство удовлетворения от осознания осведомленности – состояния, которое большинство рассматривает как несомненную престижную ценность. Если же информация о событии устарела, то ее нельзя называть новостью. Тем более тогда, когда о ней уже написано в газетах, передано по телевидению, а затем сообщает радио, к тому же такими же словами и в таком же объеме. С актуальностью тесно связана оперативность журналистики, хотя актуальность оперативностью не исчерпывается. Ведь актуальными являются не только оперативно написанные информационные выступления, но и историко-публицистические, теоретические, экономические, философские размышления и даже практически-хозяйственные советы. Способный и опытный журналист, ежедневно печатая или передавая в эфир оперативную информацию, может параллельно работать над аналитическими материалами, книгами или фильмами.

И все же современная журналистика – это, прежде всего, новости. И ее краеугольный камень – оперативность. Этому способствует современная техника и технология. Цивилизованный мир практически стал “большой деревней”, давно предсказуемым канадским профессором М. Маклюеном: событие, которое произошло в одном его конце, быстро становится известным для всех. Это имеет не только чисто профессиональное, а глобальное политическое, стратегическое значение. Узловым явлением является то, что на современном этапе телевидение объективно теряет позиции оперативности по сравнению с интернет-медиа и разного рода социальными сетями (новейшие медиа и коммуникационные технологии). В силу этого телевизионные новости начинают терять сугубо информационные черты, а все чаще получают версификацию информационно-аналитического жанра, принимая самое новое сообщение только за информационный повод. Например, информация о том, что в Черкассах (областной центр Украины) за спасение на воде надо

будет платить, появилась в интернет-медиа 12 июня 2012 года. Новость об этом на телеканале ICTV в утреннем выпуске программы «Факты» появляется 19 июня, то есть ровно через неделю.

Так происходит и тогда, когда событие происходит в ночное время суток и т.д. Это несоблюдение стандарта оперативности одновременно объясняется спецификой телевидения в целом. Основным на телевидении есть изображение, которое соответственно нужно получить (снять) непосредственно на месте происшествия. Если подавать информацию оперативно, при отсутствии, например, условий для проверки всех фактов, условий для отбора всех необходимых мыслей, следует просто обозначать то, чего на данный момент не хватает и сообщать аудитории о дальнейших усилиях, направленных на поиск недостающих фактов и мнений [4], активно привлекая зрителей к взаимодействию, особенно по социальным, медицинским, образовательным вопросам жизни общества.

С другой стороны, современные технологии позволяют вести прямые включения с места события. Четкого определения понятия прямого включения нет. Однако его определяют как телевизионный информационный жанр, главная задача которого – дать зрителю ощущение, будто он находится на месте происшествия и получает самую оперативную информацию. Прямое включение осуществляется при помощи передвижной телевизионной станции (ПТС). Журналистский материал для прямого включения пишут и монтируют прямо на месте происшествия, а сам корреспондент выходит на связь со студией во время выпуска новостей. Тогда на экране появляется плашка «прямой эфир», чем аудитории оповещают о том, что все происходит именно в этот момент и на этом месте.

Но, несмотря на то, что сегодня технологии дают возможность максимально приблизить зрителя к реальному, не рассказанному, не виртуальному ходу событий, стандарт честности со зрителем не соблюдается. Все чаще журналисты прибегают к фальшивым прямым включениям, записанным ранее в студии, что также является нарушением стандартов, как оперативности, так и достоверности. Оправданием СМИ в таком случае бывает политическое давление власти: они не могут говорить правду, поэтому и выбрали такую форму протеста, но по сути это еще больше поддерживает коррупцию, избирательное правосудие и развитие так называемого «кривосудия». Из всех ведущих каналов Украины чаще всего используют технологию прямых включений журналисты «Фактов» (ICTV).

Современные ньюсрумы работают в условиях повышенной оперативности и финансового давления. Эти факторы существенно препятст-

вуют новостному производству и угрожают журналистике. Большое количество СМИ пытается увеличивать объемы продаж и уровень доходов, мигрируя на дешевые рынки и преодолевая таким образом жесткую конкуренцию со стороны интернета. Медиа также существенно сокращают расходы, чтобы удержаться на плаву. В частности, В. Иванов ставит вопрос оправданности существования информации оперативной, но неактуальной. Актуальность – это важность для целевой аудитории. В случае, если новость для представителя аудитории из определенной гендерной прослойки, определенной профессии является важной, вы прочтаете и примете эту новость и оцените ее, потому что она является для вас нужной.

Согласно исследованиям американских ученых (Сан-Франциско), которые проводились путем телефонного опроса, уже через полчаса после выпуска вечерних новостей аудитория не может вспомнить, о чем же шла речь в программе. К примеру, один из опрошенных только впоследствии вспомнил только 4 новости, которые были важны для самого реципиента. То есть в памяти запечатлелись лишь те, которые актуальны. Таким образом, остальная информация – это просто трата эфирного времени. Эта информация не пересекает первого рубежа – границы внимания. Так, например, как показывают исследования, погода – самая актуальная информация для американских реципиентов, поэтому именно в этом тематическом блоке внимание уделяется практически в каждом выпуске новостей [5]. В то же время информация, которая является актуальной, но абсолютно неоперативной, является, по общему мнению медиаэкспертов, абсолютно оправданной в эфире. В том числе – важная информация о событиях, которые произошли давно. Это могут быть новые подробности, неожиданный поворот, продолжение истории.

С понятием актуальность связано также свойство регулярности воздействия. Имеется в виду, что редакция в случае, если информация является актуальной для аудитории, должна даже с точки зрения рентабельности освещать эту новость, тему, событие как можно чаще и подробнее. Сообщать о каждом повороте в решении первоначального конфликта. Потому что реципиент, зритель, даже если считает, что слышал уже все о данном вопросе, всегда будет смотреть, слушать и читать новость, которая связана с этой темой, надеясь услышать что-то новое. Именно поэтому редакция новостей должно учитывать эту особенность. Например, «Факты», как и другие ведущие медиа, вели тему громкого изнасилования в Николаевской области. Эта тема не сходила с экранов в течение всего лета. Однако даже когда за месяц появлялись подробности или информация о дальнейшей судьбе жертвы, о ходе судебных заседаний, информационная программа включала эту информацию до

верстки новостей. Потому что эта информация была актуальной для аудитории еще продолжительное время. В то же время, как показывают исследования полувековой давности, сами же СМИ и определяют актуальность новости, когда публикуют ее, выпускают в радио или телеэфир. Речь идет об известном явлении теории установления повестки дня Маккомбса и Шоу.

В условиях цифровизации и интернетизации СМИ с целью достижения оперативности подачи информации на телевидении созданы интернет-страницы новостных телепрограмм, где есть все условия для публикации новостей в режиме реального времени, без задержки. Таким образом, программа как бы показывает своей аудитории, что, несмотря на запоздалую информацию в эфире, эта информация у них появилась давно, журналисты сразу же поделились информацией со зрителями. Так, все украинские новостные программы – «Новости» (Первый национальный канал), «ТСН» («1+1»), «Подробности» («Интер»), «Окна» («СТБ»), «Репортер» («Новый канал»), «Факты» (ICTV), «Время Новостей» («5-й канал»), «События» («Украина») – имеют свои сетевые ресурсы, которые дублируют эфирные материалы, но одновременно подают информацию автономно, оперативно и не зависимо от эфира. Подготовка выхода газеты или телевизионной программы требует довольно длительного времени, зато подготовка материала в интернете весьма упрощена. Стоит лишь нажать несколько кнопок, и статья мгновенно появляется в сети. Кроме того, в сети возможно двустороннее общение между журналистом и аудиторией. Любой человек может оставить комментарий в отношении того или иного журналистского материала.

Отдельные ученые отмечают возможности смешения правды и информации при ретрансляции новости. Зачастую нельзя проверить утверждение того или иного участника событий. Более того, сложно проверить даже очевидные факты. То есть вполне очевидно, что сообщения и новости в прямом эфире имеют гораздо большую социальную ответственность для редакции, поскольку должны быть проверены и дополнены. Второй раз с такой же интонацией в то же время и той же аудитории ведущий уже не сумеет сказать, что предыдущая новость была ложной или неполной. Поэтому подготовка к эфиру является длительной, чтобы исключить сообщение непроверенной оперативной информации. Тогда как на интернет-сайте телепрограммы опубликованную новость можно в любой момент заменить на другую, можно обновить, дополнить, опровергнуть.

Интернет-журналистика требует гораздо большей оперативности и ответственности, чем работа в печатных изданиях, поэтому здесь гораздо чаще встречаются грубые ошибки и опровержения информации.

Ведь оперативность как элемент деятельности масс-медийной системы тесно связана с достоверностью, правдивостью предлагаемой для аудитории информации. Часто, стремясь опубликовать новость первыми, журналисты интернет-версии не проверяют полученную информацию, просто ссылаются на источник или же на ретранслятора новости. Таким образом, журналисты довольно часто вызывают распространение ложной или искаженной информации. Но это редко влияет на аудиторию, которая отдает предпочтение телевизионным новостям, именно эфирным. Поскольку часто новость, которая была озвучена в эфире, не опровергается, даже если редакция узнала о неправдивости или неполноте подачи, в следующем выпуске такая информация уточняется или же вообще не подается. И такая тенденция является общенациональным принципом. В редакциях часто руководствуются тем, что человек, посмотрев выпуск с опровержением, начнет доверять создателям новостей меньше, чем, если бы они вообще умолчали о своей ошибке. Таким образом, интернет-версия будто забирает на себя все угрозы риска, все возможные последствия озвучивания неполной информации. Кроме того, именно интернет-версия программы имеет возможность непосредственно услышать аудиторию, почувствовать ее реакцию и поддерживать обратную связь.

В итоге сделаем следующие выводы. Во-первых, стандарт оперативности информации имеет многофакторную структуру и зависит от разнообразных факторов и условий работы редакции. В то же время этот стандарт связан с таким понятием, как актуальность информации, которое не все ученые выделяют в стандарт, а лишь как характеристику информации, новости. Во-вторых, узловым явлением является то, что на современном этапе телевидение объективно теряет позиции оперативности по сравнению с интернет-медиа и социальными сетями (новейшие медиа и коммуникационные технологии). В силу этого телевизионные новости начинают терять сугубо информационные черты, а все чаще получают версификацию информационно-аналитического жанра, принимая самое новое сообщение только за информационный повод. В-третьих, в условиях интернетизации СМИ все информационные телепрограммы имеют свои страницы в глобальной сети, где дублируются эфирные новости и постоянно и оперативно обновляются текущие новости. Благодаря этой возможности достигается эффект соблюдения стандарта оперативности информации как на сайте, так и в эфире.

### *Литература*

1. Супрун, Л. Основные стандарты подачи информации журналистом / Л. Супрун // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2401>
2. Михайлин, И. Основы журналистики / И. Михайлин; вид. 5-е, доповн. и доопр. - К. : Центр учебной литературы, 2011. - 496 с.
3. Лизанчук, В. Заметка / В. Лизанчук // Теория и практика советской журналистики (Основы мастерства. Проблемы жанров) / Под ред. проф., д-ра филол. наук. Здоровеги. – Львов, 1989.
4. Чоповский, Д. Журналистские стандарты: нормативная справка / Д. Чоповский // Институт массовой информации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://imi.org.ua/content/журналістські-стандарти-нормативна-довідка-0>.
5. Иванов, В. Летняя школа медиапедагогов. Фрагмент лекции / В. Иванов // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=hu60UUzKMxg>

**Александра Ткачева**

*Белорусский государственный университет*

## **МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ИНТЕРНЕТ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ПЕЧАТНЫХ СМИ НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКИХ МЕДИА**

Современный Китай – динамично развивающаяся страна, которая придерживается курса, направленного на технический прогресс и оказывающего влияние на развитие, принцип работы других сфер деятельности. Одной из таких сфер, претерпевшей трансформацию, обусловленную техническим прогрессом, стали печатные СМИ. Их трансформация или ремедиация подразумевает процесс преобразования традиционных СМИ и адаптацию к новым условиям, в данном случае, к условиям, продиктованным новыми технологиями.

Ситуация, сложившаяся вследствие технического подъема в Китае, поставила печатные СМИ перед вопросом: как сохранить былые позиции и занять новые – быть востребованными для читательской аудитории, не утратив при этом своих характерных черт? Решением этой задачи стало изменение стратегии: слияние печатных СМИ и цифровых технологий, где основным инструментом реформы является интернет. В основе стратегии объединения лежит «развитие конвергентных и мультиплатформенных СМИ. При этом развитие интернет-версии газеты или журнала не предполагает обязательного отказа от печатного формата, а требует необходимости, скорее, дополнить его новыми инструментами, которые позволяют идти в ногу со временем» [1]. Стратегия цифрового развития в Китае направлена не только на создание и развитие элек-

тронных аналогов печатных СМИ, но и на сохранение самих печатных медиа.

Правительство Китая оказывает финансовую помощь, осуществляет программы по продвижению и укреплению китайских печатных медиа. «Одним из важных направлений поддержки печатной индустрии Китая являются программы по поддержке развития индустрии культуры, в частности популяризации прессы и печати Китая. В июле 2012г. Главное управление по делам прессы и печати Китая и Экспортно-импортный банк Китая подписали “Соглашение о сотрудничестве в сфере популяризации и развития индустрии прессы и печати в качестве наиболее важной отрасли и ключевого проекта”. В соответствии с соглашением в течение пяти лет Экспортно-импортный банк Китая предоставит предприятиям отрасли прессы и печати не менее 20 миллиардов юаней или эквивалентную финансовую поддержку в иностранной валюте (3,15 млрд. долларов США). В Китае сохраняются серьезные льготы на доставку подписных газет и журналов, благодаря чему почта КНР доставляет подписчикам по всей стране около 90% всех газетных тиражей» [2].

В ходе осуществления намеченного Китай достиг высоких результатов в области печатных СМИ, показав тем самым, что является страной, которая способна успешно следовать собственному курсу, отличному от западных тенденций: Журнал The Economist сообщил в 2013г., что с 2008 по 2013г. тиражи газет в Северной Америке упали на 15%, а в Азии выросли на 10%. Сейчас в мире с точки зрения тиражей ежедневных газет лидирует Китай, опередивший Индию. Исполнительный директор WAN-IFRA Кристоф Райс охарактеризовал эти тенденции метафорически: "Тиражи – как солнце. Они продолжают расти на Востоке и убывать на Западе» [1].

Помимо задачи сохранения и продвижения печатных медиа, в стратегию цифрового развития Китая входит вопрос о развитии электронных аналогов печатных СМИ. Этот вопрос рассматривается китайскими исследователями в два этапа: «Первый этап: слияние различных форм распространения информации на базе интернет-платформы. Второй этап: распространения информации на мобильных устройствах – смартфонах, планшетах, аппаратов для чтения электронных книг материалов» [3].

Как уже говорилось, первый этап представляет собой непосредственное взаимодействие между газетой и сайтом: «Это наиболее известная модель распространения контента, позволяющая не только удержать аудиторию, но и расширить ее. Традиционная газета соединяется с медиа сайтами, или покупает сайт, у которого уже есть хорошая репутация

и влияние, чтобы развивались партнерские отношения. Таким образом, традиционная газета предоставляет текущую информацию не только в печатном издании, но и в электронном виде» [4]. Такой подход позволяет создать информационное покрытие как для аудитории, читающей печатные издания, так и для интернет-пользователей, создавая тем самым большое читательское поле.

Помимо этого китайские печатные СМИ в качестве интернет платформы используют микроблоги. Нужно сказать, что микроблоги популярны в Китае: «Сегодня примерно каждый второй пользователь интернета в Китае с помощью микроблогов следит за политическими событиями, последними новинками музыки, сплетнями о жизни звезд, а также постоянно находится на связи со своими друзьями. В конце 2011г. администратор домена CN – Китайский сетевой информационный центр (CNNIC) сообщил, что в Китае насчитывается свыше 300 млн зарегистрированных пользователей микроблогов» [5]. Китайские аналитики, специализирующиеся на изучении процесса трансформации печатных СМИ, выделяют четыре типа в процессе взаимодействия микроблогов и газет в Китае: а) газеты регистрируют аккаунты на сервере информационных интернет-порталов (Sina Вэйбо, Tencent и т.д.); б) газеты открывают микроблоги на своем официальном сайте; в) редакции основывают полосы в своей печатной газете для публикации интересных содержаний микроблогов; г) корреспонденты газеты открывают свои личные микроблоги или создают группу микроблогов, которые подчинены редакции газеты» [5]. Необходимо отметить, что микроблоги, приуроченные к конкретным изданиям, несут ответственность за достоверность информации так же, как и их печатная версия. Слияние газет и микроблогов позволяет печатным СМИ расширить горизонт своей деятельности: занять свое место в интернете, возможность быть конкурентоспособными по отношению к новым СМИ, при этом держать наработанные позиции в печатном формате.

Второй этап модернизации – распространение информации на мобильных устройствах при помощи интернета в смартфонах, планшетах, аппаратах для чтения электронных книг – захватывает большой по объему спектр технологических решений. Первый шаг в этом направлении был сделан в июле 2004 года. Именно тогда «появилась первая mms-версия газеты «Чунго фунюй», в которую попадали только самые яркие, ключевые новости. В 2005г. газета «Хуаси душибао» начала сотрудничество с компанией Telecom по созданию первой звуковой мобильной версии газеты. 25 октября 2006г. в газетной медиагруппе «Нинбао жибао» появилась электронная бумажная газета «Нинбо бобао» [3]. Её преимущество заключается в том, что в отличие от планшетов, мобиль-

ных устройств её разработали для ридера с экраном технологии e-ink – “электронные чернила”. Изображение на дисплее выглядит практически как обычная бумага, поэтому технология получила народное название – “электронная бумага”. «Поскольку экран использует отраженный свет, устройство безвредно для глаз: они не устают, нет рези, которая появляется после работы за компьютером» [6]. Но у ридера есть свой недостаток – монохромный дисплей, который отображает страницу в серых оттенках. В связи с этим газета-ридер не имела большого успеха у читательской аудитории, выпуск газеты в таком варианте был остановлен.

Новым витком в трансформации печатных СМИ на территории Китая стала инновация – QR-код. «QR – сокращение от Quick Response, в переводе – двумерные коды, которые можно быстро читать. Расшифровка такого кода проводится в двух направлениях – по горизонтали и вертикали, интегрируя изображения, звуки, текст и другую мультимедийную информацию. <...> «Камера и специальная программа мобильного телефона могут легко распознавать штрих-код, используемый в обычной газете. С помощью QR-кодов происходит интеграция газеты, мобильного телефона и интернета. Это помогает дополнить газету новыми материалами: с помощью QR-кодов читатели могут получить полную информацию, которую нельзя представить в газете ввиду ее размеров» [7]. Пользователю нужно лишь установить в смартфон программу для сканирования кодов, иметь доступ в интернет. Увидев в газете или в рекламе код, открыть приложение, просканировать код, нажать на кнопку открытия браузера и получить визуальную и звуковую информацию. «В марте 2005г. газета «Пекин Ваньбао» первой в Китае применила технологию двумерных кодов в создании новостей. С 2008г. двумерные коды широко применяются в китайских газетах, они даже были признаны новыми средствами, благодаря которым смогла развиваться газетная индустрия» [7].

Но широкого распространения данной технологии не наблюдается. Суть этой тенденции объясняют китайские исследователи: выпуск ежедневной газеты, распространяемой в метрополитене, насчитывает иногда 100 полос – прочитать за день такое количество информации вряд ли кому-нибудь под силу. Известный китайский ученый Чэнь Гуоцюань считает, что «во время бурного развития распространения информации, когда она просто изобилует, а также дефицита времени у людей, увеличение конкурентоспособности газеты должно происходить не за счет количества предоставленной информации, а за счет качества и лаконичности ее подачи» [7].

Этот факт хорошо объясняет специфика мобильной читательской аудитории: «Мобильные пользователи читают на ходу и больше ценят корот-

кий контент, чем лаконичнее материал, тем больше вероятность, что пользователь дочитает его до конца» [8], а также особенностями человеческого организма: «Согласно данным, приведенным Rounter Institute (Институт Пойнтер), при чтении на планшетах внимание к содержимому статьи в среднем теряется после 78,3 секунд непрерывного чтения» [8]. Современная читательская практика показывает, что «количество пользователей интернет-планшета в Китае растет, их стало больше на 100 млн в 2012г. По статистике iResearch, китайские граждане очень активно используют планшет для чтения газет. Большинство читателей регулярно читают политические новости (79,7%), но самое большое количество среди всех читателей готово заплатить за финансовые газеты (36,7%)» [3]. Такой курс позволяет читателю получить дополнительные возможности в выборе информационного источника. Читатель, нацеленный на быстрое ознакомление с информацией, может прочесть интернет-вариант газеты или журнала. Если же есть потребность в более тщательном ознакомлении, для этого существует печатная версия, где материалы нацелены на то, чтобы дать полное представление о происходящих событиях.

Анализ ситуации трансформации печатных СМИ Китая, дает наглядный пример того, что технический прогресс трансформирует СМИ через потребности читателей. В свою очередь, читательское предпочтение моделирует настоящее и будущее печатных СМИ. Потребности аудитории предопределяют, какой будет пресса, какие витки трансформации ей будет нужно пройти. Нынешняя ситуация печатных СМИ в Китае – это сохранение традиций и следование новым тенденциям – создавать новое, не разрушая старого.

### *Литература*

1. Смирнова, О. В. Печатные медиа в эпоху цифровых технологий // Вестник Московского университета [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: [http://library.by/portalus/modules/love/print.php?subaction=showfull&id=1411990238&archive=&start\\_from=&ucat=&](http://library.by/portalus/modules/love/print.php?subaction=showfull&id=1411990238&archive=&start_from=&ucat=&). – Дата доступа: 15.12.2014.
2. Эхо Москвы. Печать Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.echo.msk.ru/blog/oskin/1301914-echo/>. – Дата доступа: 15.12.2014.
3. Сюань, Л. Новый этап развития китайской газеты в условиях медиаконвергенции / Л. Сюань // Вестник Московского университета [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: [http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov\\_2013/2158/30255\\_cc98.pdf](http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2013/2158/30255_cc98.pdf). – Дата доступа: 3.05.2014.
4. Сюань, Л. Развитие новых медиа как ведущий фактор реформы китайской газеты / Л. Сюань // Вестник Московского университета [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: [http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov\\_2011/1232/30255\\_7e50.pdf](http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2011/1232/30255_7e50.pdf). – Дата доступа: 1.05.2014.
5. Сюань, Л. Эпоха микроблогов: как изменится газета / Л. Сюань // Вестник Московского университета [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа:

[http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov\\_2012/1764/30255\\_80e6.pdf](http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2012/1764/30255_80e6.pdf) – Дата доступа: 1.05.2014.

6. Новостной портал News.ru. Электронные книги по технологии e-link [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.news.ru.co.il/finance/17apr2011/e\\_ink.html](http://www.news.ru.co.il/finance/17apr2011/e_ink.html). – Дата доступа: 3.05.2014.

7. Сюань, Л. Использование технологии QR -кодов в газетах Китая / Л. Сюань // Вестник Московского университета [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: [http://www.mediaalmanah.ru/files/59/2013\\_6\\_12\\_lisuan.pdf](http://www.mediaalmanah.ru/files/59/2013_6_12_lisuan.pdf). – Дата доступа: 3.05.2014.

8. Цукерберг позвонит. Парадокс качества контента: когда краткие материалы оказываются лучше объемных [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://siliconrus.com/2014/12/media-weekly-4/>. – Дата доступа: 25.12.2014.

**Муратбек Токтагазин,**

*Евразийский национальный университет имени Л.Н.Гумилева,  
Астана, Казахстан*

## **АНАЛИЗ И ТИПОЛОГИЗАЦИЯ ЭПИСТОЛЯРНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ В ПЕЧАТНЫХ СМИ БЕЛАРУСИ**

Современные СМИ Беларуси имеют достаточно развитый сегмент как общеполитических, так и узкоспециализированных изданий, в которых встречаются образцы использования эпистолярного жанра, однако вопрос анализа современной печати на предмет наличия в ней писем исследователи пока обходят. Стоит отметить, что типологизации эпистолярной публицистики в СМИ в современной журналистике исследователи также не посвятили достаточного внимания. Однако самому эпистолярному жанру как отражению языкового, творческого, личностного наследия великих людей посвящено довольно много исследований (О. О. Рогинская, Т. В. Туманов). В публицистике феномен письма изучен такими исследователями, как Е. П. Прохоров, П. С. Карасаев, П. Е. Копин, А. А. Тертычный, В. М. Горохов и другие.

Мы разработали определенную классификацию эпистолярного жанра в современной публицистике, которую будем использовать в работе с печатными материалами. Обобщенная типология современной эпистолярной публицистики в СМИ выглядит следующим образом. 1. Классификация по адресату: адресное; безадресное; письмо в редакцию. 2. Классификация по содержанию: деловое (сюда мы также отнесем отчеты о деятельности компаний, которые публикуются в форме делового письма-отчета для широкой общественности); политическое (письма, которые подразумевают переписку между политическими оппонентами или обращение к ним); социальное (письма,

которые затрагивают острые социальные проблемы); личное (эта категория писем включает мир человеческих взаимоотношений, эмоций, психологических частных проблем). 3. Классификация по жанру: письмо с художественным оттенком – преимущественно использующее художественный, книжный функциональный стиль речи; письмо с научным оттенком – преимущественно использующее научный функциональный стиль речи; письмо с деловым оттенком – преимущественно использующее офисный, деловой функциональный стиль речи; письмо с разговорно-бытовым оттенком – преимущественно использующее разговорный функциональный стиль речи, жаргонизмы, сленг, просторечные выражения; многожанровое письмо – письмо, в котором сложно выявить наиболее определенный стиль речи. 4. Классификация по форме: настоящее письмо; публицистическое произведение в эпистолярной форме.

Письмо, которое читатель написал в СМИ, может быть: адресованным определенному лицу (например, политику). В таком случае оно будет политическим по содержанию, многожанровым по жанру и настоящим письмом по форме. Сегмент интернет-СМИ с данным исследованием мы пока не будем рассматривать, так как этот феномен требует отдельного изучения.

Итак, СМИ Беларуси в настоящий момент имеют следующие характеристики: в Беларуси сегодня действуют и развиваются печатные и электронные СМИ разных форм собственности и различной тематики. Также в медийном пространстве страны широко представлены иностранные СМИ. В качестве источников аналитического исследования мы возьмем три издания: общеполитическое, познавательного характера и развлекательного характера. В качестве общеполитического издания мы будем рассматривать газету «Советская Белоруссия» как наиболее тиражное общественно-политическое издание, в качестве научно-познавательного – журнал «АРСНЕ Пачатак», в качестве издания развлекательного характера – «Женский журнал», имеющий позицию женского глянцевого журнала.

Анализируя «Советскую Белоруссию», мы нашли следующие образцы эпистолярного жанра в публицистике:

1) №189 от 10 ноября 2011 года: «Письма в редакцию» (позже рубрика была закрыта) – образцы писем, которые написаны в основном в разговорно-бытовом стиле, а также художественном (вспомним о том, что каждый человек в момент написания письма на короткое время становится писателем) и представляют собой обращение к СМИ на темы острых социальных вопросов;

2) №148 от 12 июля 2012года: статья «Письма с фронта», посвященная письмам фронтовиков Второй мировой войны. Представлены образцы писем, которые по классификации являются настоящими многожанровыми личными письмами с размышлениями фронтовика о социальных и политических проблемах;

3) №142 от 25 мая 2013 года: статья «Напишите письмо ветерану», где представлены образцы писем детей, которые по классификации являются настоящими многожанровыми личными письмами;

4) №163 от 28 августа 2014 года: статья «Письмо с Северного фронта», в которой опубликовано частное письмо фронтовика 1917 года, которое является настоящим многожанровым личным письмом с оттенком социального содержания.

В общественно-политическом издании мы видим отказ от писем в редакцию, отсутствие писем научного и делового содержания. И вместе с тем мы можем найти приуроченные к памятным событиям публикации писем фронтовиков различных войн, которые являются настоящими многожанровыми личными письмами с размышлениями фронтовиков о социальных и политических проблемах.

Что касается издания «ARCHE Пачатак», то здесь мы можем видеть следующую картину:

1) Адкрыты ліст на маргінальную тэму («ARCHE Пачатак», №10, 2013): автор М. Шчур адресует письмо как ответ на опубликованную рецензию к переводу автором Бонды. Письмо носит художественный характер, является адресным, социально-личным, и при этом нельзя сказать, что это именно письмо, скорее это публицистическое произведение в эпистолярной форме;

2) Адкрыты ліст да Старшыні Гродзенскага абласнога выканаўчага камітэта С. Б. Шапіры ад старшага выкладчыка кафедры тэорыі дзяржавы і права І. Р. Кузьмініча («ARCHE Пачатак», №3, 2013): письмо адресовано конкретному адресату, носит художественный и деловой оттенок, поскольку автор в корректных выражениях, но, испытывая сильное эмоциональное переживание, просит разобраться со своей проблемой. Это – настоящее письмо, носящее социальный и политический характер;

3) Гаўрыла Гарэцкі «Письмо да жонкі ў чаканні расстрэлу» («ARCHE Пачатак», №4, 2010): письмо адресовано конкретному адресату, опубликовано частное письмо белорусского экономиста Гавриила Горецкого жене накануне расстрела во время репрессий 30-х годов, которое является настоящим многожанровым личным письмом с оттенком социального и политического содержания.

В научно-популярном издании содержатся многочисленные примеры писем в редакцию, писем научного и делового содержания, и вместе с тем можно найти приуроченные к памятным событиям публикации писем фронтовиков различных войн и времен репрессий, которые являются настоящими многожанровыми личными письмами с размышлениями фронтовиков о социальных и политических проблемах, письма с просьбами о помощи и письма-ответы на рецензии. Это издание представляется нам наиболее перспективным в плане изучения эпистолярного жанра в публицистике.

Что касается издания «Женский журнал», то здесь можно видеть следующую картину:

1) №5, 2014: статья «Среднее арифметическое» подготовлена на основе писем в редакцию, которые являются настоящими многожанровыми личными письмами на тему личных взаимоотношений, написаны в разговорно-бытовом стиле;

2) №9, 2012: статья «Работа волк» подготовлена на основе писем в редакцию, которые являются настоящими многожанровыми личными письмами на тему деловых взаимоотношений, написаны в разговорно-бытовом стиле.

В развлекательном издании мы видим примеры безадресных писем в редакцию, которые являются настоящими многожанровыми личными письмами с размышлениями о личных проблемах, письма с просьбами о помощи.

Итак, в ходе исследования мы пришли к следующим выводам. В Беларуси сегодня действуют и развиваются печатные и электронные СМИ разных форм собственности и различной тематики. Для общественно-политического издания характерен отказ от писем в редакцию, отсутствие писем научного и делового содержания, и вместе с тем можно найти приуроченные к памятным событиям публикации писем фронтовиков различных войн, которые являются настоящими многожанровыми личными письмами с размышлениями фронтовиков о социальных и политических проблемах. В научно-популярном – содержатся многочисленные примеры писем в редакцию, писем научного и делового содержания, и вместе с тем приуроченные к памятным событиям публикации писем фронтовиков различных войн и времен репрессий, которые являются настоящими многожанровыми личными письмами с размышлениями фронтовиков о социальных и политических проблемах, письма с просьбами о помощи и письма-ответы на рецензии. В развлекательном издании мы видим примеры безадресных писем в редакцию, которые являются настоящими многожанровыми личными письмами с размышлениями о личных проблемах, письма с просьбами о помощи. Соответ-

ственно, можно сделать вывод о том, что научно-популярное издание – это наиболее интересный для анализа источник эпистолярия.

#### *Литература*

1. Качкаева, А. Г. Журналистика и конвергенция. Почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / А. Г. Качкаева. – М.: АСТ, 2010. – С. 5.

2. Средства массовой информации в Беларуси // Официальный сайт Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belarus.by/ru/about-belarus/mass-media-in-belarus>. – Дата доступа: 25.01.2015.

**Алексей Тома**

*Республиканский институт высшей школы,  
Минск, Беларусь*

## **РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ**

На современном этапе развития Республики Беларусь тема Евразийской интеграции актуальна по ряду причин. Во-первых, это связано с тем, что страны, включающиеся в интеграционный процесс, несколько десятилетий назад составляли единую экономическую, политическую, военную и идеологическую систему. Во-вторых, в условиях глобализации становится очевидным, что ни одна страна не сможет выдержать мировую конкуренцию, не объединяя свои потенциалы с другими странами путём создания союзов. В-третьих, приходит осознание того, что основными субъектами мировых политических процессов становятся не отдельные страны, а цивилизации. Те страны, которые пришли к осознанию своей цивилизационной идентичности, выдерживают глобальную конкуренцию и процветают. Это – страны Запада, Япония и Китай. Те страны, которые находятся на разломе цивилизаций или не могут определиться в своей цивилизационной самоидентификации, испытывают потрясения и становятся зонами нестабильности. Об этом писал в своей работе «Столкновение цивилизаций» С. Хантингтон.

С 1 января 2015 года Республика Беларусь, Российская Федерация, Республика Казахстан, Республика Армения и Кыргызская Республика запустили совершенно новый и многообещающий проект – Евразийский экономический союз. Этот проект является результатом последовательного развития интеграционных процессов на постсоветском пространстве, первым этапом которого было создание Евразийского экономического сообщества с целью формирования общих внешних тамо-

женных границ входящих в него государств, выработки единой внешне-экономической политики, тарифов и цен. Вторым этапом было формирование Таможенного союза России, Беларуси и Казахстана, в пределах которого не применяются таможенные пошлины и ограничения экономического характера во взаимной торговле. Третьим этапом стало формирование Единого экономического пространства, в основе которого лежит четыре основных принципа: свобода торговли товарами, торговли услугами, передвижения финансового капитала и передвижения человеческого капитала.

Эти проекты стали важнейшими шагами на пути к завершающему этапу интеграции – Евразийскому союзу, суть которого состоит в создании союза суверенных государств с единым политическим, экономическим, военным и таможенным пространством. Функционирование такого масштабного интеграционного проекта потребует серьезного информационно-аналитического обеспечения. Под информационно-аналитическим обеспечением следует понимать деятельность по удовлетворению потребностей субъектов политических процессов в информации, поддерживающей их эффективное функционирование.

В этом сложном виде деятельности первостепенное значение играет формирование модели управляемого объекта (в качестве объектов управленческого воздействия выступают социальные, экономические, финансовые, демографические, экологические и собственно политические системы, которые сокращенно можно назвать социально-политическими системами) и внешней среды (поведение внешних государств). По мере углубления интеграционных процессов все более сложным становится взаимодействие самих социально-политических систем. Не менее сложным является и моделирование внешней среды, которая, в свою очередь, будет оказывать влияние на социально-политические системы. От того, насколько адекватно модель (совокупность моделей) будет отражать управляемые объекты и внешнюю среду, можно говорить о степени эффективности управления политическими процессами на Евразийском интеграционном пространстве.

После того, как будет решена задача моделирования политических процессов, можно ставить вопрос о параметрах управления. К параметрам управления относятся характеристики состояния социально-политической системы и характеристики управленческих решений. Определившись с параметрами управления, можно ставить вопрос о том, какая информация и в каком виде должна собираться, обобщаться, обновляться и храниться. В то же время в информационно-аналитических структурах, обеспечивающих функционирование Евразийского союза, целесообразно аккумулировать следующие виды информации: 1. Ин-

формацию о всех важных политических процессах, касающихся Евразийской интеграции. 2. Доклады наднациональных органов и уполномоченных лиц о состоянии объектов управления, относящихся к сфере их компетенции. 3. Доклады о результатах выполнения программ, распоряжений и планов, относящихся к сфере Евразийских наднациональных органов. 4. Доклады о выявленных угрозах, негативных тенденциях и проблемных ситуациях в сфере Евразийской интеграции.

В настоящее время актуальным становится вопрос создания Евразийского информационно-аналитического центра. Это обуславливается тем, что информационно-аналитические центры России, Беларуси, Казахстана, Армении и Кыргызстана могут по-разному видеть, оценивать и прогнозировать евразийскую интеграцию. Появляются разногласия, столкновения интересов, порой отсутствует скоординированность на внешнеполитической арене. Решением этих проблем станет Евразийский информационно-аналитический центр, в котором могут вырабатываться единые прогнозы, оценки и решения, касающиеся Евразийской интеграции. Также этот центр будет осуществлять координацию информационно-аналитических центров стран-участниц Евразийского союза. Однако при создании Евразийского информационно-аналитического центра необходимо исходить из принципа равного представительства всех стран-участниц проекта. Центр должен действовать, исходя из интересов всех субъектов Евразийского союза, но никак не проводить политику одного из субъектов.

Сегодня роль информационно-аналитического обеспечения становится важнее, чем когда-либо: нет ни одного вопроса, касающегося жизни страны, который не оформлялся и не разрабатывался бы информационно-аналитическими центрами. Их особая роль в политическом процессе заключается в следующем. Во-первых, они поддерживают неформальные контакты с лицами, принимающими политические решения, соответственно влияя на них. Во-вторых, сотрудники информационно-аналитических структур участвуют в дискуссиях, конференциях, публикуются в СМИ, тем самым концептуально оценивая как внутреннюю, так и внешнюю политику. В-третьих, они напрямую влияют на проводимую политику, закладывая определённые идеи и концепции в доклады, рекомендации, отчёты и послания высокопоставленных лиц.

Исходя из этого, можно сказать, что информационно-аналитические центры в современном обществе выступают как концептуальная власть, которая «разрабатывает замысел жизнеустройства общества (концепцию) и бесструктурно имплицитно внедряет ее в массовое сознание общества» [1, с.132]. И как пишут современные

исследователи: «Концептуальная власть аккумулирует мировоззренческую информацию, позволяющую видеть общий ход развития, и на основе этого формирует концепции достижения целей развития страны. При этом отсутствие у государства собственной концепции становления и развития означает не отсутствие в нем концептуальной власти, а управление им по чуждой концепции» [2, с. 75–76]. В итоге можно сделать вывод, что информационно-аналитические центры имеют двойственную природу. С одной стороны, в современной политической системе они выступают в качестве институтов информационно-аналитического обеспечения субъектов политического процесса. А с другой стороны, они сами выступают в качестве субъектов политического процесса, способных влиять на проводимую политику и общественное мнение.

#### *Литература*

1. Солонько, И. В. Феномен концептуальной власти: социально-философский анализ: монография / И. В. Солонько. – Москва, 2011.
2. Крапивина, Н. С. Государство как система / Н. С. Крапивина, И. В. Питеркин // Вестник Совета Федерации. – 2008. – №12. – С. 75–76.

**Нина Фрольцова**

*Белорусский государственный университет*

### **МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛИЗМ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ МЕДИАСФЕРЫ**

...Белорусский киноактер Виктор Васильев, сыгравший один единственный эпизод в художественном фильме «Я не вернусь» киностудии «Беларусьфильм», снятого в рамках копроизводства, удивился и одновременно обрадовался телефонному звонку из Голландии. Режиссер-постановщик картины эстонец И. Рааг сообщил, что на ее презентации первые продолжительные аплодисменты местной публики, весьма сдержанной на эмоции, прозвучали именно по ходу эпизода, в котором В. Васильев играет роль придорожного торговца клюквой. По сюжету, этот скользкий на вид тип предлагает малолетке Кристине позвать родителей, чтобы продать свой товар. Услышав, что никаких родителей нет, и угостив проголодавшуюся девочку ягодой, он уводит ее подальше от трассы. Кристину выручает вовремя появившаяся Аня. Обе главные героини фильма – сироты. Аня – бывшая детдомовка, а теперь аспирантка университета, обманута научным руководителем, обещавшим

ради нее оставить жену с ребенком, и другом по детдому, подкинувшем ей сверток с наркотиками. Школьница же Кристина пребывает в приюте и боится отправки в очередной детдом-интернат. Обе вынуждены скрываться от ложных обвинений и предательства окружающих. Без гроша в кармане беглянки автостопом пытаются добраться до Казахстана, где, по словам Кристины, живет ее бабушка, до которой девочке так и не суждено доехать. Она погибает в пути.

Конечно, В. Васильев, как, впрочем, и режиссер, такую реакцию голландской публики отнесли, прежде всего, на счет удачно сыгранного образа, хотя в картине немало других выразительных персонажей второго плана, связанных с наркотиками и сексом. Однако либеральных голландцев этим не проймешь. А вот деталь с Кристиной, которая могла бы стать жертвой сексуального или любого другого насилия, попала в самую точку недавно принятого в этой стране ювенального законодательства, направленного на охрану прав и безопасности ребенка. Это и вызвало аплодисменты в кинозале. Зрители восприняли эпизод как знак солидарности белорусских кинематографистов с подходом властей к защите детства.

Так же неслучайно из социальных сетей была изъята фотография, появившаяся буквально мгновенно после крушения сбитого над Донбассом пассажирского «боинга» и на следующий день – на первых полосах ведущих европейских газет. На ней были сняты вооруженные «калашниковыми» боевики в камуфляже, один из которых на переднем плане победно демонстрировал миру желто-коричневую плюшевую обезьянку. Заблокировав доступ к снимку, сетевые администраторы из разных стран тем самым проявили уважение к чувствам родителей погибших детей, большинство из которых – граждане Нидерландов.

В парадигме современных социально-гуманитарных наук такого рода феномены определяются как мультикультурализм. Под ним понимается не только толерантность того или иного социума применительно к носителям других языков, обычаев и традиций на исторически обжитой данным социумом территории, но и вообще способность людей осознанно и без агрессии идентифицировать себя в глобальном социально-символическом гипертексте цивилизации XXI века. «Глобализация, – пишет по этому поводу известный социолог, директор Лондонской школы экономики Э. Гидденс, – охватывает не только экономическую, но и политическую, технологическую, культурную сферы. <...> Это явление находится в непосредственной близости от нас, воздействуя на самые интимные и личные аспекты жизни» [2, с. 27-29]. По его мнению, ключевая тема в этой области – развитие соответствующих экспертных систем, аккумулирующих новые знания, опережающие

стремительное развитие виртуально-символического ландшафта и помогающие каждому конкретному человеку адаптироваться в непрерывно меняющейся обстановке.

Сходную мысль высказывает и профессор Гарвардского университета С. Хантингтон. Он указывает, что «линии разлома между цивилизациями», формировавшиеся тысячелетиями, объективно повлияли на доминирующий тип культурных взаимодействий в доцифровые эпохи. Если Запад породил наиболее значимые политические идеологии, демократические формы государственного устройства и инновационные технологии, то не-западные общества намного раньше дали жизнь основным мировым религиям, заложив фундамент, на котором зиждется современность. «По мере того как мир уходит от господства Запада, – делает вывод С. Хантингтон, – сходят на нет идеологии, олицетворяющие позднюю западную цивилизацию, и на их место приходят религиозные и другие культурные формы идентификации». [4, с. 70-72].

Действительно, с момента изобретения в Европе печатного станка структура межкультурных коммуникаций сложилась с явным преимуществом совокупного «западного» коммуникатора, обладающего мощными экономическими, военными и информационными ресурсами по сравнению с не-западными обществами. Культуре в ее разнообразных этнонациональных проявлениях, если и придавалось значение, то не более чем, как музейному приложению к системе актуализированных социальных институций. В марксистской трактовке она, например, рассматривалась в двух ракурсах: секулярно-идеологической надстройки над производственно-экономическими отношениями и проводника интересов правящих классов. Не продвинулись дальше критики марксистской доктрины и альтернативные учения. Достаточно сказать, что в современной науке о культуре насчитывается около 400 определений самого концепта. Выделяется лишь спорная концепция так называемой массовой/популярной культуры, обусловленной научно-техническим прогрессом и бурным ростом в этой связи средств массовой информации и коммуникации. Одни усматривают в этом привычное превосходство универсальных ценностей Запада в любых межкультурных взаимодействиях. Другие – угрозу поглощения вековых этнонациональных и религиозных традиций.

На этом фоне обостряется дискуссия вокруг аксиологического влияния такого нового образования, как медиасфера: интегрируются ли в ней структурные элементы разных культур или, наоборот, только усиливается их противостояние. З. Бжезинский, которого, прежде всего, волнует снижение лидерства США, специально останавливается на этом факторе. Он отмечает: «Быстрый и неограниченный доступ к междуна-

родным новостям и информации, растущее взаимодействие между географически разделенными экономиками и биржами, распространенная привычка полагаться на телевидение и интернет – все это приводит к непрерывному сравнению текущих и прогнозируемых успехов основных социальных систем.<...> В результате мир в беспрецедентной степени формируется под влиянием общественных эмоций, коллективных представлений и конфликтующих национальных идей, уже не подчиняясь объективной власти какого-то одного региона, обособленного в политическом и культурном отношении» [2, с. 54-56]. С этим выводом трудно не согласиться.

СМИ и медиадеятельность в целом достигли такого уровня проникновения в жизнь миллионов людей, что назрела необходимость экспертной селекции культивируемых в медиасфере ценностей. Речь конкретно идет о том, каким образом управлять медиаконтентом, помимо апробированного десятилетиями выявления целевых аудиторий. К современным традиционным, но оцифрованным медиа, собственно онлайн-СМИ и интернет-сетям применять эту методiku все более затруднительно из-за высокого индекса сменяемости информационно-культурных предпочтений аудитории. Теоретически она пока массовая, но в реальности сегментирована по центробежным векторам медийного поля. Еще менее эффективно полагаться на цензуру и другие средства контроля, которые слабо согласуются с динамичным распространением ценностей, ассоциированных с гражданскими правами и свободами. В случаях же нарушения действующих в отдельных странах законов сейчас все больше требуются не столько внутренние ограничения, сколько межгосударственное сотрудничество и скоординированные международные правовые инструменты.

Эти достаточно сложные тренды охватывают и белорусские постсоветские СМИ. Практика показывает, что удачные решения возникают тогда, когда в контенте квалифицированно учитываются ценностные ориентиры и культурные идентичности основных этнонациональных групп, из которых состоит белорусское общество. Так, с 1995г. на главном канале республики «Беларусь-1» стало традицией осуществлять ежегодные прямые трансляции праздников католического и православного Рождества Христова и Пасхи. В католических мессах, изначально проводимых на белорусском языке, принимают участие и представители униатской церкви, поскольку обе христианские конфессии соблюдают григорианский календарь. В драматургию свято-праздничных передач включаются предварительно снятые поздравления иерархов областных православных епархий и католических епископатов. Следует особо отметить, что 7 января 2015г. впервые комментарий к православной

службе из Минского кафедрального собора прозвучал не только на русском, но и белорусском языке. Также впервые в комментарии сообщались факты из многовековой истории издания Собора и рассказывалось о недавно созданном молодежном православном хоре и молодых солистах. Трансляции такого рода всегда одновременно дублируются межгосударственной компанией «Мир», передачи которой принимаются кабельно-спутниковыми сетями стран СНГ. «Мир» к тому же единственный на территории бывшего СССР осуществляет прямой показ праздников католического Рождества именно из Минска, затем по средневропейскому времени переключается на Собор Святого Петра в Риме. Отсюда полностью транслируются торжественная месса под эгидой Папы и его послание «Городу и Миру». Благодаря этому не только в Беларуси, но и в СНГ граждане, исповедующие католицизм и униатство, получают возможность единения с верующими других стран. А светская аудитория воочию видит, как в Республике Беларусь реализуется политика веротерпимости и поддержки духовных традиций.

Правда, вне зоны внимания белорусских медиа пока остается освещение жизни других христианских конфессий (протестантов, баптистов и пр.), иудейских и мусульманских общин. Однако сегодня при резком усилении религиозной и на этой почве этнонациональной напряженности в Европе было бы целесообразно обратиться к этой обширной тематике. Республика Беларусь является мультикультурным европейским государством, где на «линии цивилизационных разломов», тем не менее, веками мирно сосуществуют 7 религиозных течений. Государственными по Конституции 1996г. признаны белорусский и русский языки. В западных и северо-западных приграничных районах население свободно пользуется родными для них польским и литовским языками, сохраняет семейные узы с родственниками в Польше и Литве, имеет возможность получить визовые льготы. Органичная для белорусов исторически выпестованная толерантность давно нуждается в популяризации с помощью медиа. Документальный или художественный фильм на подобную тематику, аналитическое ток-шоу, развлекательно-игровой формат – все это сегодня гораздо больше бы сказало о позитивном международном имидже Беларуси, чем ежегодное бесплодное, но затратное участие национальных телекомпаний в безвкусовых конкурсах Евровидения, о которых аудитория забывает на следующий же день.

Превратились в клише и вопросы минских журналистов к именитым зарубежным гостям, вроде того, что в белорусской столице им больше понравилось. Удовлетворившись ожидаемыми ответами насчет чистоты улиц, республиканские печатные и электронные медиа невольное создают впечатление, будто гости собирались приехать на городскую

свалку, а не в один из мегаполисов Восточной Европы. Вряд ли нечто похожее увидишь на ТВ, в онлайн или прочитаешь в газетах у репортеров Варшавы, Праги, Стокгольма.

Проблема, скорее всего, в том, что мультикультурализм, присущий ментальности государственнообразующего белорусского этноса, в доперестроечные десятилетия таковым не рассматривался, заменяясь простой и доходчивой «дружбой народов» и бескомпромиссным «советским интернационализмом». Поэтому у современного поколения журналистов он не выражен на уровне рационального познания и не артикулирован в слове. Это, естественно, порождает комплекс неполноценности. Восходящие медийные «звезды» и «золотые перья», не ведая, кроме «чарки, шкварки и вышиванки», других этнознаков и национальных культурных кодов, предпринимают попытки идентифицироваться посредством многоликих заимствований. С одной стороны, конструируются космополитичные мифы, наподобие кулинарных сценариев-бенефисов, «заточенных» на какое-нибудь экзотическое блюдо типа японского суши. С другой – сочиняются наивные «stories» под народную сказку. Первые циркулируют на ТВ в бесчисленных передачах-модулях, где «съедобным» мастерством местных поваров, очевидно, «подкармливаются» съемочные бригады и среднее звено ТВ-менеджеров. Вторые публикуются на белорусском языке в русскоязычных рейтинговых газетах-франшизах (вроде «АиФ»). Но едва ли то и другое способствует формированию у аудитории достоверных знаний об уникальных проявлениях этнонациональной идентичности в реальных жизненных ситуациях. Иначе говоря, в том, что окружает каждого уроженца белорусской земли от рождения, связывает его с семейно-родовыми корнями и снится ночами, даже если он неплохо устроился где-нибудь под Торонто или на Манхэттене. Чтобы убедиться в этом, достаточно вдумчиво проанализировать персональные профили и селфи в социальных сетях.

В этом контексте примечателен один случайно попавшийся на глаза эпизод. Московский гость международного кинофестиваля «Листопад», прогуливаясь вблизи гостиницы «Минск», остановился у здания фабрики-кухни и поинтересовался у волонтера, начинающей журналистки, что это за архитектурный стиль. Девушка, разумеется, растерялась. К счастью, рядом нашелся знающий человек. «Это – конструктивизм», – прозвучал уверенный ответ. «Я так и подумал, но боялся ошибиться», – обрадовался гость. И пространно высказался о том, какие молодцы минчане, сохранив это здание в центре города, вместе с тем как в Москве, да еще в центре, зданий передового в 1930-е годы конструктивизма из-за современной застройки практически не осталось. Гордый своей

культурной осведомленностью москвич, не заметив смущения волонтера, спросил, где в Минске можно посмотреть хотя бы некоторые работы М. Шагала, поскольку съездить в Витебск командировка не позволяет. И снова в ответ – тишина.

Сама жизнь, таким образом, подтверждает мысль С.Хантингтона о том, что любая культура осознает себя таковой, когда обнаруживает, чего в ней нет по сравнению с другими культурами. Путем такого сравнения осуществляется межкультурная коммуникация, которая обогащает двух либо множество субъектов, будь это отдельные личности или целые этносы и народы. Мультикультурализм, как проявление многообразных культурных кодов, и межкультурная коммуникация, как их взаимодействие, приобщают людей к познанию мира и раздвигают горизонты его актуального восприятия. Жаль, что подход белорусских журналистов к реализации межкультурной коммуникации до сих пор упрощается использованием ценностных кодов, сложившихся в доиндустриальную, аграрную эпоху. Студент Института журналистики после производственной практики искренне удивлялся, почему редакционные задания на «культурную» тематику определялись только интересом к историческому наследию, меж тем как он предлагал сделать материалы о современности. Например, о своих ровесниках – выпускниках Минского хореографического училища, Академии музыки, которые успешно влились в коллектив Большого театра оперы и балета республики и участвуют в гастролях труппы за рубежом.

По существу молодой журналист прав. О достижениях белорусской культуры XX века даже центральные республиканские СМИ сообщают обычно спорадически, с привязкой к какому-либо событию. Так, популярная среди разновозрастных читателей «Комсомолка», взяв короткое интервью у композитора В. Головки, анонсирует его предстоящий концерт в Минске. Однако имя музыканта, благодаря передачам Главной редакции музыкальных программ Белорусского ТВ, было известно еще в 1970-1980-е гг. Тогда он работал с первым составом «Песняров» под руководством В. Мулявина. Продолжил карьеру затем в крупной звукозаписывающей голливудской компании, получив в США статус носителя «экстраординарных способностей в искусстве и науке», по-нашему, – звание «заслуженного деятеля искусств». Но не запланируй В. Головка концерт в родной столице, вряд ли о нем вспомнили бы теперешние СМИ. Впрочем, молодое поколение белорусских журналистов фактически толком не знакомо с творчеством того же В. Мулявина, талантливых композиторов-песенников Е. Глебова, И. Лученка, Э. Ханка, несмотря на то, что их мелодии до сих пор на слуху, звучат в саундтреках кино- и телефильмов, позывных и репертуаре FM-радиостанций, в ау-

диовизуальной рекламе. Однако молодежь мало что знает об авторах белорусской легкой музыки, не уступающей по качественному уровню сочинениям Н. Рота, Э. Мариконе, Д. Руссо, Ж.-М. Жарра.

Еще больше «не везет» в СМИ замечательным белорусским кино- и театральным режиссерам, писателям и драматургам, артистам и живописцам, ваятелям и архитекторам. Без их творческого вклада невозможно представить многогранную белорусскую культуру XX века. Художественно значимые достижения, которыми республика обязана нескольким поколениям деятелей профессионального искусства последнего столетия, окультурили местную этнонациональную почву стойкими генами самовыражения. На ней сегодня «расцветают» диковинные «сто цветов» массовых среди молодежи полулюбительских занятий граффити, тату, дизайном одежды и интерьеров, комическими скетчами и съемками на цифровые мобильные устройства, вокалом «под Лепса» и рэпом «под Тимоти». Короче, всем тем, что на сленге «под постмодернизм» называется «креативом». Вся эта занятная имитация презрительно оценивается академической критикой и мало привлекает серьезных ученых. Но без нее суверенное белорусское государство сейчас обрелось бы на обочине мирового культурного процесса. Оглянувшись в поисках хоть каких-то аксиологических ориентиров на столбовой дорожке глобального постмодерна, видимо, стоит все же довериться чуткой А. Ахматовой, признавшей под конец жизни в том, что не знает, «из какого сора растут стихи».

В этом смысле белорусские медиа, независимо от государственной либо частной формы собственности, не должны терять голову в лабиринтах массово-персонифицированного «креатива», довольствуясь ролью уличной тумбы, оклеенной афишами. Не журналистское это дело, когда самая высоко тиражная газета страны зазывает публику на заезжую и порядком поблекшую «звезду» дешевыми бонусами, вроде «задай самый лучший вопрос имярек и получишь бесплатный билет на концерт, антрепризу, танцевальное шоу». Бесспорно, СМИ, развиваясь параллельно с массовой культурой и вступив об руку с ней в цифровую эпоху, способны (желательно с юмором) привести эту уже не юную за рубежом, но молодящуюся на постсоветском медиарынке особу в здоровое чувство, напомнив о главной миссии любой культуры – облагораживать и очищать человека от «легкости в мыслях необыкновенной».

Как никогда актуальны сегодня идеи, выдвигаемые публицистикой еще в XIX веке. Обобщить их можно многоговорящим очерком «Выпрямила», в котором Г. Успенский передал свои впечатления от созерцания скульптуры Венеры Мелосской в Лувре. Сейчас классик, точно, скончался бы во второй раз, посмотри он ролик, где анимированная

«цифрой» Венера рекламирует чипсы и жвачки. Пользователь же интернета на такой утилитарный поворот найдет свой аргумент: значит, не устарела эта поистине бессмертная мраморная женщина. Просто уменьшилась до обыденного потребления в глобальных масштабах современной медиасферы, в которой, как сказал бы герой А.П.Чехова, «все есть».

Медиасфера не просто отражает в полном смысле информационное изобилие, высокую плотность интересов миллиардов людей к обмену разнородными сведениями, посланиями, наконец, переживаниями. Такое сейчас наступил период, в котором, как хотелось когда-то В. Шекспиру: не разрывается связь времен, а восстанавливается через общее виртуальное пространство.

#### *Литература*

1. Бжезинский, З. Стратегический взгляд: Америка и глобальный кризис/ З. Бжезинский/ Пер. с англ. – М.: АСТ, 2015. – 288 с.
2. Гидденс, Э. Последствия современности / Э. Гидденс / Пер. с англ. – М.: ИКГ «Праксис», 2011. – 352 с.
3. Карпов, Н. О. Образовательный институт, власть и общество в эпоху роста культурных знаний/ Н. О. Карпов. – СПб.:Алетейя, 2013.
4. Хантингтон, С. Столкновение цивилизаций/ С. Хантингтон / Пер. с англ. – М.: ООО «Издательство АСТ». 2003. – 603 с.
5. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У.Эко. – СПб: Петрополис, 1998. – 432 с.

**Александр Холод**

*Институт журналистики и международных отношений  
Киевского национального университета культуры и искусств,  
Украина*

### **ИНМУТАЦИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: СПЕЦИФИКА И ПОСЛЕДСТВИЯ**

Проблема, которую мы изучаем, состоит в том, что сейчас происходит интенсивная инмутация (изменение моделей поведения общества к худшему) массовой коммуникации. Признаками такой инмутации является ухудшение качества продукции массовой коммуникации (в частности, продукции средств массовой информации), изменение моделей поведения аудитории и индивидов. К сожалению, неизвестно, какие механизмы и процессы отвечают за процессы инмутации массовой коммуникации и какие последствия влечет за собой такая инмутация. Опира-

ясь на изложенную проблему, мы предположили: общество страдает от инмутации массовой коммуникации из-за появления инмутованных инмутантов. Цель нашего исследования: определить сущность и последствия процессов инмутации массовой коммуникации.

Декларируемую гипотезу мы доказываем, обращаясь к уточнению понятия «массовая коммуникация», которую следует рассматривать «минимум в двух аспектах: 1) как процесс передачи информации группе людей одновременно с помощью специальных средств – масс-медиа; 2) как дисциплину, которая изучает различные средства, с помощью которых отдельные люди и организации передают информацию через средства массовой информации крупным сегментам населения одновременно» [6]. Анализ определения дает нам право утверждать, что основной характеристикой массовой коммуникации является передача информации большому количеству людей одновременно.

В определении, которое предложил В. В. Ризун (представитель социальных коммуникаций), мы находим, что массовой коммуникацией следует считать «способность людей владеть особой формой социальной связи, которая позволяет отдельным людям, выражающим интересы или политических сил, или бизнеса, или религиозно-культурных центров, или власти или других общественных институтов, влиять на других людей, которые являются представителями разных социальных групп или отдельными индивидами, для массивификации их сознания и управления поведением масс» [8, с. 55]. Автор пользуется терминами и понятиями социологии, чтобы растолковать значение обсуждаемого понятия «массовая коммуникация». При этом главным элементом определения является процесс массивификации сознания представителей разных социальных групп.

С. В. Бориснев (представитель социологии) предлагает считать массовой коммуникацией «процесс сообщения социальной информации с помощью средств коммуникации большому количеству людей, находящимся в пространстве (массовой аудитории)» [2]. Приведенное определение массовой коммуникации также имеет главный признак – большое количество людей, расположенных в пространстве. Такой признак совпадает в трех определениях, приведенных ранее.

Представитель литературоведения и журналистиковедения И. Л. Михайлин предлагает определять массовую коммуникацию через указание на то, что она является «широким (в которое вовлечено все население) и всесторонним (которое касается всех социально важных тем) общением», и называет массовую коммуникацию «массовым диалогом, осуществляемым через журналистику» [7, с. 240]. По мнению Н. Лумана, массовыми медиа можно считать потому, что «только машинное

производство носителей коммуникации повлекло за собой развитие масс-медиа» [4, с. 8; 5]. Анализируя оба определения, мы отметим, что определяющим фактором идентификации коммуникации как массовой является наличие способности транслировать (умножать) информацию через технические средства и распространять ее на большую массу потребителей (слушателей, пользователей, телезрителей).

Как сообщают авторы электронной энциклопедии «Википедия», «в конце XIX – начале XX века Чарльз Кули средствами массовой коммуникации (далее – СМК) называл газеты, почту, телеграф, железные дороги, образование» [6]. Сейчас диапазон СМК изменился. К числу СМК относят «печатную, аудиовизуальную, электронную прессу, массовые справочники, кино-, видео-, аудионосители информации, спутниковые, кабельные, компьютерные сети – все, что может накапливать и передавать важную для общественной жизни информацию». Сами СМК являются «специализированными учреждениями для открытой, публичной передачи любой информации любыми средствами с помощью специального технического инструментария» [3]. Итак, значение понятия «средства массовой коммуникации» изменилось со временем. Вместе с упомянутыми изменениями изменились и процессы формирования, трансляции информации через СМК, их виды и формы. Изменились формы и темпы воздействия СМК. Упомянутые реалии и понятия, формы, виды и процессы СМК сейчас достаточно активно изучаются. К сожалению, современные исследователи недостаточно внимания уделяют изучению и описанию процесса не столько негативных изменений и их последствий в отношении общества. Малоизученными являются проблемы сущности негативных изменений общества, происходящих под влиянием СМИ и СМК. Совсем не исследуются проблемы, связанные с образованием и закреплением, укоренением и институализацией негативной информации, изменением поведения общества (инмутация). Инмутация происходит не как желание одного или нескольких лиц, инмутация и не идентифицируется объективно. Она не измеряется объективными параметрами, но только субъективным критериями и единицами (оценками, определениями, мыслями, позициями, утверждениями, вопросами, сомнениями, преимуществами, доминантами, высказываниями лидеров мнения). Сейчас научное общество не уделяет внимания тому, что в начале XXI века возникли так называемые инмутированные инмутанты, или люди, информационный и интеллектуальный фонды которых формируются преимущественно другими людьми (чаще специалистами, которые отвечают за информационную политику общества), число которых является небольшим, и мнение которых является субъективным. Такие лица осуществляют подсознательный отбор ин-

формации, формируют ее и, компилируя, дают разрешение на трансляцию гипертрофированого (или гипотрофированого) информационного образования. Иными словами, аудитория (потребители информации), сотни миллионов простых людей, получают уже отобранную гипертрофированную (или гипотрофированую) информацию. Авторы такого отбора являются продуктом процессов инмутации общества. Будучи инмутированными, «отражатели» подают обществу инмутированную информацию (такую, которая является результатом восприятия и рефлексии людей, модели поведения которых уже изменены процессами инмутации общества в определенную эпоху, исторический период). Итак, инмутированную информацию получают члены инмутированного общества и получается, что происходит напластование: инмутация инмутированных индивидов ведет к новой волне инмутации аудитории (общества). Предлагаем называть тех, кто воспринимает инмутированную информацию инмутированными инмутантами. Далее приведем три примера, которые иллюстрируют наше мнение (примеры приводим по принципу «от простого к сложному», от бытового и понятного всем до системно-научного, сложного и понятного, возможно, только специалистам социальных коммуникаций, социологам, философам).

Пример 1: простой, бытовой, «на пальцах». Мальчик Олесь в возрасте 15 лет собирает камни со всего мира. Как только он узнает о том, что кто-то из его знакомых уезжает в какую-либо страну или город, Олесь просит привезти ему мелкий камень. Неважно, в каком именно месте страны исполнитель по его просьбе найдет камень (на дороге, на берегу моря, в аэропорту, в пустыне, на ранчо). Важно, чтобы камень был настоящий и действительно из дальних стран или городов. Юноша, который был не в состоянии путешествовать, но очень хотел этого, с годами сформировал представление о странах мира именно по формам и цвету, даже по запаху камней, тщательно хранил дома в своей странной коллекции. Ведь каждый, кто привозил из дальних стран мира камни для Олесья, рассказывал о том, где именно лежал камень. Олесь подписывал камни и запоминал их краткую «историю» (кто, откуда привез камень и где он находился в то время, когда камень подобрали). За многие годы у Олесья собралась большая коллекция камней из 124 стран мира.

О его необычной коллекции однажды узнал сосед, который работал корреспондентом программы новостей на известном в стране телеканале. Журналист предложил Олесью, к тому времени уже взрослому мужчине, показать его коллекцию в новостях и взять у коллекционера интервью. Олесь с радостью согласился: ведь его покажут по телевизору, и он сможет рассказать о своем увлечении всей стране. Во время съемок

интервью Олесь восторженно рассказывал о «сером с белыми прожилками камне из Нью-Йорка, который подобрали у места совершения террористического акта 11 сентября 2001», о «белом камне с красным оттенком, подобранного у подножия одного из вулканов Камчатки», о «серебристых линиях на камне, который взят у бараке № 5, с места расстрела пленных-евреев в концентрационном лагере Аушвиц, который находится у польского города Освенцим». Олесь во время интервью рассказывал проникновенно, уверенно и эмоционально. Он свято верил в то, что собранные им камни действительно привезены из тех мест и связаны с теми событиями и местами, о которых знает весь мир. Никто: ни сам Олесь, ни те, кто давно уже забыли о том, что привезли из дальних стран мира камни для Олесья, не могли подтвердить того, о чем человек-коллекционер рассказывает, является правдой. Олесь был уверен в своей правоте. Он верил!

Анализ примера 1. Олесья могли обманывать в течение его жизни те, кто привозил ему камни со всего мира. Например, некто Н. после прилета из Нью-Йорка случайно вспомнил о просьбе Олесья. Говорить о том, что Н. забыл об Олесе и не выполнил его просьбу, не хотелось. Поэтому камень был взят у здания аэропорта в том же городе, где и жил Н. и Олесь. То есть камушек не был привезен из Нью-Йорка. Когда Н. передавал камень Олесью, последний не догадывался, что камень на самом деле не из Нью-Йорка. Олесь не знал о том, что его обманули. Но тот, кто дарил, рассказал Олесью увлекательную историю о том, как сотрудники таможи не хотели пропускать Н. через границу с камнем в кармане, именно потому, что камень «унижал» достоинство службы безопасности США, которая не смогла гарантировать спокойствие страны. Такую ложную историю камня Олесь запомнил, не подозревая о том, что история выдумана специально для него. Олесь инмутировал. Его поведение изменилось к худшему, хотя сам он о ложном характере истории камня из Нью-Йорка и не знал. Много лет спустя Олесь в интервью вдохновенно передал лживую историю камня из Нью-Йорка. Олесь, бессознательно инмутированный, сознательно инмутировал телезрителей. Телезрители новостей увидели и услышали Олесья. Восприняли историю камня из Нью-Йорка как правдивую. Таким образом, состоялась инмутация инмутации.

Пример 2: средний, осложненный, ориентированный на предмет обсуждения (инмутация массовой коммуникации). Журналистка К. одного из рейтинговых каналов страны обратилась к профессору Д., который учил её в Институте журналистики ведущего университета столицы. Во время обучения в университете профессор Д. среди нескольких учебных дисциплин читал для будущей журналистки К. лекции по прикладным социально-коммуникационным технологиям. Рассказывал о том, как

благодаря, например, умелым действиям по налаживанию связей с общественностью во время политических выборов можно создать имидж такого кандидата в депутаты в высший законодательный орган страны, который потребуется на определенное время социальной прослойке населения страны. Журналистка К. надолго запомнила лекции профессора Д. и через два года после окончания университета решила обратиться к профессору Д. с просьбой принять участие в создании телевизионного проекта в жанре журналистского расследования. Профессор должен был дать интервью журналистке К., которая собиралась «встроить» его в будущую телевизионную передачу, посвященную тому, как нынешние политики обманывают людей благодаря социально-коммуникационным технологиям. К тому же была прекрасная возможность: телеканалу, на котором работала журналистка К., исполнялось 14 лет. На усмотрение журналистки К. информация, о которой она хотела рассказать, должна была стать сенсацией-разоблачением некоторых нынешних политиков.

Договорившись с профессором Д. о встрече и о съемках программы, в которую будет вмонтировано интервью, журналистка К. приехала со съемочной группой на место съемок, взяла интервью у профессора Д., его студентов и коллег. Смонтировала материал и подала редактору. Последний после ознакомления с представленным материалом остался недоволен содержанием и акцентами, которые предложила журналистка К. Как результат, готовый материал журналистки К. подвергся дальнейшей критике в кабинетах главного редактора и продюсера телеканала. Журналистский материал в виде готовой передачи на 44 минуты был запрещен в эфире.

Анализ примера 2. В приведенном примере иллюстрируется инмутация системы СМИ, которая была зафиксирована в таких фрагментах:

1. Прикладные социально-коммуникационные технологии, о которых профессор Д. рассказывал во время лекций двумя годами ранее, после окончания студенткой-журналисткой К. Института журналистики изменились, трансформировались в новые формы; журналистка К. не изучала упомянутые технологии и когда ей в голову пришла информация двухлетней давности, ситуация с предвыборными социально-коммуникационными технологиями изменилась; следовательно, представление журналистки К. о предвыборных социально-коммуникационных технологиях осталось на прежнем уровне, что и доказывает изменение моделей поведения к худшему в обществе, то есть доказывает факт наличия инмутации общества (можно говорить и об инмутации моделей поведения самой журналистки К., которая является частью общества и постоянно транслирует через новости изменённые образцы поведения других членов общества);

2. Получив социальный заказ на информацию, которой профессор Д. владел (просьба журналистки К. дать интервью для известного телеканала), сам профессор Д. начал готовиться к интервью: вспомнил результаты последних своих исследований по использованию предвыборных социально-прикладных технологий, перечитал работы коллег по цеху, обратился к детализации нынешней ситуации; вместо ежедневного просмотра новостей на 5–6 телеканалах и по 2–3 радиостанциям профессор Д. тщательно начал просматривать новости и политические ток-шоу на всех известных ему телеканалах, целенаправленно несколько дней уделял анализу новостей, размещенных на 8–12 ведущих украинских и англоязычных сайтах; очевидно в таком случае изменение модели поведения профессора Д. к худшему: он не уделял время домашним делам, семье, новой монографии, которую он писал, магистерским работам, которыми он руководил и т.д.: то есть в поведении профессора Д. произошли изменения к худшему, то есть произошла инмутация;

3. Зная о том, что информация об использовании предвыборных социально-коммуникационных технологий во время последних выборов может стать сенсационным взрывом, профессор Д. не стал «фильтровать» то, о чем можно рассказывать в интервью и то, о чем не стоит информировать общество; ergo, профессор Д. целенаправленно стремился к инмутации общества;

4. Записав интервью с профессором Д., услышав, о чем откровенно говорили студенты, присутствовавшие на импровизированном занятии, оценив их критику существующей власти и нечистых методов, которые использовала власть во время последних политических выборов, журналистка К. не стала цензурировать полученный и записанный материал, а, наоборот, выпятила его, стремясь сделать материал более сенсационным, чем целенаправленно достигла той степени нарушения этики, которой ухудшила модели поведения руководителей проекта и канала (они отказали журналистке К. и ее журналистскому продукту в праве на выход в эфир); ergo, состоялась инмутация как модели поведения журналистки К., так и модели поведения главного редактора проекта, продюсера и генерального директора телеканала;

5. Осуществленный нами анализ ярко иллюстрирует мысль о том, что инмутация профессора Д., который тщательно и необъективно анализировал ситуацию с использованием предвыборных социально-коммуникационных технологий на последних выборах, «наложились» на инмутацию журналистки К., которая имела «старую», то есть необъективную информацию о предвыборных социально-коммуникационных технологиях, которые использовались во время последних выборов;

состоялась инмутация представлений журналистки К. под влиянием инмутации дотошного профессора Д., то есть – инмутация инмутации;

6. Дальнейший анализ дает основания утверждать, что инмутация инмутации спровоцировала третью волну инмутации, а именно: изменила под влиянием профессора Д. модель поведения журналистки К., которая отразила в своем материале информацию, которая могла бы изменить модели поведения аудитории телеканала, изменила модель поведения редактора проекта, главного редактора и генерального продюсера телеканала; другими словами имеем пример тройной инмутации (инмутация инмутации, повлекшая новую инмутацию);

7. Наконец, продолжая цепь инмутаций описанного случая, следует записать, что следующим звеном такой цепи стала инмутация коллег журналистки К.: они выслушали рассказ последней о случае цензуры на канале, изменили свое поведение; часть журналистов телеканала испугалась за свои должности и перестала искать информацию и снимать материал о политиках и их тяжелой, но «грязной» работе; другая часть коллег журналистки К. после услышанной истории, которая произошла с журналисткой К., усилили поиски компроматной информации о действующих политиках и стремились искусно «встроить» провокационный материал в свои сюжеты, репортажи, очерки; ergo, в цепи изменения модели поведения членов общества (то есть цепи инмутаций общества) состоялась очередная «звеньевая» инмутация или, следуя логике нашего изложения, четвертая волна инмутации общества.

Пример 3 – системно-научный, сложный и понятный, возможно, только специалистам социальных коммуникаций. Аспирантка Д., училась в аспирантуре по специальности «теория и история социальных коммуникаций», завершила работу над написанием научного труда – кандидатской диссертации, посвященной анализу электронных дневников блогов, которые писали люди, живущие с ВИЧ / СПИД (далее – ЛЖВ). Диссертантка доказывала предположение о том, что блоги имеют признаки средств массовой коммуникации (СМК) и выполняют роль средств массовой информации (СМИ). По установленной процедуре подала текст диссертации на рассмотрение своему научному руководителю, который сделал замечание как специалист по социальным коммуникациям. В рабочем порядке назовем их «замечания первого уровня».

После исправления замечаний первого уровня аспирантка Д. подала диссертацию в специализированный ученый совет, в котором собиралась защищаться. Для осуществления научной экспертизы текст кандидатской диссертации был отдан трем докторам наук, профессорам, двое из которых изучали проблемы журналистики. Один из профессоров был специалистом в области социологии. Первые два высказали свои заме-

чания и просили аспирантку устранить их, что она и сделала. Такие замечания назовем «замечания второго уровня». Третий профессор, социолог, нашел в тексте диссертации столько замечаний, что в результате выдвинул аспирантке условие: либо она полностью изменит тему диссертации, или он откажется от подписи экспертного заключения. Такие замечания мы назвали «замечания третьего уровня».

После рассмотрения диссертации аспирантки Д. членами экспертной комиссии специализированный ученый совет по социальным коммуникациям назначил официальных оппонентов, среди которых были доктор наук по социальным коммуникациям – специалист по проблемам электронных средств массовой коммуникации. Замечания последнего мы назовем «замечания четвертого уровня». Их аспирантка Д. также учла и устранила. После замечаний четырех уровней диссертационная работа приобрела совсем другой вид, не такой, каким был сначала: идея исследования была изменена, акценты, которые диссертантка считала главными, стали второстепенными, а некоторые мысли вообще были убраны вместе с замечаниями критиков.

Анализ примера 3. Этот пример ярко иллюстрирует изменение моделей поведения (инмутацию) того человека (аспирантки Д. – будущего специалиста по теории и истории социальных коммуникаций), которая попала под влияние других людей – специалистов по социальным коммуникациям, в том числе и по медиазнанию (научного руководителя аспирантки Д., члена экспертной комиссии диссертационного совета, официального оппонента). Последние, в свою очередь, уже были инмутированы ранее путем усвоения истин, прописанных во многих научных источниках по медиазнанию (диссертациях, монографиях, научных статьях, рефератах, докладах). Аспирантка Д. страдала от инмутации уже инмутированных специалистов и после многократной правки текста диссертации по проблеме медиазнания получила статус инмутированного инмутанта, или того, чья уже изменённая модель поведения еще несколько раз изменилась. Интересно отметить, что, анализируя пример 3, мы «выходим» на другой уровень осознания как роли инмутированных инмутантов под влиянием науки о медиа, так и инмутации методологических принципов и законов, которыми пользуется представитель любой области знаний. Речь идет о социологе – эксперте диссертационного совета. Назовем его социолог Х. Имея огромный опыт социологических исследований, будучи ведущим специалистом в своей области, социолог Х., догадываясь о существовании методологической базы в социальных коммуникациях, но не зная их, не захотел анализировать исследования аспирантки Д. с синтетических позиций социальных коммуникаций и социологии.

Не детальный, а беглый анализ трех примеров, призван был доказать выдвинутую нами в начале исследования гипотезу о том, что общество страдает от инмутации массовой коммуникации из-за появления инмутированных инмутантов. И действительно, влияние на общество массовой коммуникации, которая уже инмутировала, порождает явление, которое в рабочем порядке было нами названо «инмутация инмутации». Индивиды, составляющие общество, страдающее от упомянутого явления, превращаются в таком случае в инмутированных инмутантов. В дальнейшем, после доказательства выдвинутой нами гипотезы, появляется необходимость тщательного анализа генезиса явления инмутации инмутации, прежде всего, с методологических позиций.

#### *Литература*

1. Бессознательное: природа, функции, методы исследования / А. С. Прангишвили, А. Е. Шерозия, Ф. В. Бассин и др. – В 5 т. – Тбилиси : Мецниереба, 1978–1985. – Т. 1 : Основные критерии рассмотрения бессознательного в качестве своеобразной формы психической деятельности / А. С. Прангишвили, А. Е. Шерозия, Ф. В. Бассин [вступ. ст. редакции]. – 1978. – С. 71–83.
2. Бориснев, С. В. Социология коммуникации : учеб. пособ. / С. В. Бориснев. – М. : ЮНИТИ, 2003. – 270 с.
3. Засоби масової комунікації: поняття, концепції діяльності, функції [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://ukrref.com.ua/?id=MTAxMjY%3D> – Дата доступа: 02.01.2015.
4. Иванов, В. Ф. Аспекты массовой коммуникации. – В 3 ч. – Ч. 2 : Массовая коммуникация / В. Ф. Иванов. – К. : Академия Украинской Прессы, 2009. – С. 8.
5. Луман, Н. Реальність мас-медіа / Н. Луман [за ред. Иванова В. та Мінакова М.]. – К. : ЦВП, 2010. – 158 с.
6. Масова комунікація [Електронний ресурс]. – Режим доступа: [http://uk.wikipedia.org/wiki/Масова\\_комунікація](http://uk.wikipedia.org/wiki/Масова_комунікація). – Дата доступа: 07.01.2015.
7. Михайлин, И. Л. Комунікація масова / И. Л. Михайлин, М. Ф. Гетманец // Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009. – С. 240.
8. Різун, В. В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація» / В. В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – С. 55.

**Фатимет Хуако**

*Майкопский государственный технологический университет,  
Россия*

## **ВОЗМОЖНОСТИ ПОДГОТОВКИ PR-СПЕЦИАЛИСТА ПОСРЕДСТВОМ ИНТЕРАКТИВНОЙ ТЕХНОЛОГИИ**

Как уверенно провозглашалось в советском вузе и неизменно подтверждалось в постсоветской практике, оптимальным методическим

способом, почитаемым и уважаемым педагогами, оставалась и остается игра. Обучаемых того времени элементарно удивлял тот экстаз, степень которого проявлялась в отношении преподавателей к игре, как к приему неизбежного завоевания внимания. На лекциях факультета начальных классов реально превозносились такие учительские навыки и приемы, как привлечение интереса класса, введение публики в нередко чередующуюся форму занятий, освоение умения включаться в обстановку или во взгляд собеседника. Если говорить в общем, то система, которая в современной методике известна как «интерактивные приемы», также была распространена в соцреалистической действительности прошлого века. Она, вероятно, выступала не такой широкой и всеохватной, однако также восхвалялась и даже насаждалась. Следовательно, оттого имеющуюся сегодня степень выработки интерактивных приемов осмелимся зафиксировать в качестве развивающейся зрелости, а это, в свою очередь, дает возможность развернуться к последующим методикотехнологическим преобразованиям, нужным при подготовке специалиста по работе с информацией.

Подобный подход настраивает нас на анализ отдельных, изучаемых в техническом университете PR-дисциплин («Теория и практика массовой информации», «Основы журналистики», «Пресс-служба», «Современная пресс-служба») на возможность насыщения учебных аудиторных часов интерактивом, а также без позволения игнорировать региональный элемент, действующий в ФГБОУ ВПО «Майкопский государственный технологический университет». Посредством предлагаемой системы интерактивных приемов гарантировано получение представлений учащихся о понятийном устройстве предмета, постижение его компонентов. Таковыми, к примеру, в случае с дисциплиной «Теория и практика массовой информации», являются следующие ключевые термины: современные подходы к классификации средств массовой информации; история и современная практика массовой коммуникации и различные ее средства, виды и формы, различные жанры деятельности средств массовой информации. Необходимо изобрести, что представлять, чем привлечь студенческое внимание, чем заинтересовать, как активизировать эмоции. Для разрешения настоящей проблемы также необходимы материальные инвестиции, однако стержневыми тут всё же являются стремление, воодушевление, подъем.

Начнем наше рассмотрение приемов с первого из самых распространенных и справедливо почитаемых путей нахождения решения и при этом своеобразного познания мироздания – дискуссии. Она обязательно включает размышление на заданную тему или в рамках тематического блока, характерное для соответствующих, находящихся в курсе

дела, персон, направленное на то, чтобы достичь желаемого всеми вывода. В рамках рассматриваемых нами PR-дисциплин при подготовке специалиста по связям с общественностью считаем дидактически оправданной организацию диспутов по таким, актуальным, как для граждан РФ, так и для граждан Республики Адыгея, пунктам: по местному (РА и г. Майкоп) ингредиенту объекта «Профессионально-этические нормы журналистики», по «окружному» (Северный Кавказ и РА) элементу пункта «Проблемы журналистской практики» или по более «федеральной» проблематике «Качество применения технических средств массовой информации в РФ». Поиск и стремление обнаружить истину по этим проблемным направлениям содействует нужному познанию учащимися вытекающих понятийных компонентов. К ним можно отнести значение орудий публичной коммуникации в PR-конструкции, юридические и административные ядра функционирования всевозможных СМИ, их механические и хозяйственные черты. В процессе цивилизованной дискуссии, в стремлении уменьшить расходуемый оппонентами получас, участники обязаны предпочесть в формулировках так называемую 4-хстадийную формулу, содержащую следующие ступени. 1. Пояснение: сообщающий поясняет свое личное видение проблемы, к примеру, «Я думаю, что журналистская область деятельности на Северном Кавказе не так развита и привольна, каковой способна оставаться на иных географических территориях». 2. Обоснование: «Это происходит потому, что обитающие на Кавказе граждане связаны несметными требованиями и правилами этнических кодексов и образов жизни». 3. Пример: «Я в состоянии доказать и продемонстрировать это с помощью следующего фрагмента...». 4. Следствие: «Таким образом (подытожим), подобные заключения надо иметь в виду при назначении редакционных поручений и их участников». В конце дискуссии выступило утвержденным совместное мнение, выражающее корпоративную позицию.

Вторым по частоте можно считать кейс-метод (ситуативный). Это технология, использующая воспроизведение реальной обстановки и поиск возможных решений в ситуационных задачах (в том числе, критических, экстремальных, стандартных). Следует уверенно утверждать, что обстановка в состоянии иметь в своем распоряжении аксиому «Жизнь богаче любой теории», а это, в свою очередь, содействует выработке навыка гарантировать требуемое разъяснительное, бизнес- и личностное обслуживание разных линий социально-идеологического общения. Не беря в расчет возможную в этом случае неадекватность и личностную субъективность принимаемых решений, благоприятным можно считать то, что в стране возникают аналогичные приемы поиска истины; несомненно, их необходимо разрабатывать и далее. Входящих в

действие студентов награждают целью проанализировать некую конкретную ситуацию, разобрать суть ее компонентов, определить вероятные вариации развития событий и выбрать одну из их числа. Кейс-методика вероятна в рассматриваемом регионе (РА и Северный Кавказ) при обращении к местному тематическому элементу следующих разделов: «СМИ как предприятие» или «Процесс монополизации прессы в РФ». В случае создаваемой ситуации погружают участников в атмосферу издательства, в его культуру; дают даровитым специалистам арену, на коей они способны продемонстрировать собственное мастерство; предоставляют участнику потенциал самому что-либо произвести, попробовать себя, активизируют в студенте жажду созидания.

Бессчетные случаи, межличностные акты и их итоги, появляющиеся во время трудового дня в отдельном СМИ или в ходе приватизации некоего СМИ в ситуациях отечественных учреждений и министерств являют собой щедрый ситуативный, подлинный родник потенциального студенческого проекта. Причем, когда иностранный туризм считается категорией материальной расположенности граждан, но внутренний преимущественно воспроизводит их душевное положение, энтузиазм, приверженность к собственному отечеству, к обычаям своего этноса. Участниками внутреннего туризма мы считаем тех, кто предпочитает в путевках российские территории, тех, кто функционирует в данной сфере, а также массу иных лиц, непосредственно, вроде не относящихся к туризму.

Формой возможной организации такого внутреннего туризма можно предложить широко применяемый сегодня в стране «Этнодвор», представляющий собой самостоятельно воскрешенный оазис, обязанный представить гостям зодчество, традиции, менталитет определенно-го коренного населения. На подобном земельном участке могут располагаться архитектурные версии всевозможных районов страны. Вернее, их жилищные строения, не всегда расположенные с соблюдением обыкновений русской архитектуры, обычаев обработки дерева и деревянного рукотворчества. Стержневая потенциальная публика, посещающая такие заведения, это несовершеннолетние школьники. Их преимущественно необходимо агитировать за культуру и обычаи. Зачастую аналогичное посвящение связано с наносной, пафосной и пропагандистской информацией, однако нежелательно, чтобы этим оно было пропитано насковзь. Поразить способен такой проект иным. В бытовой атрибутике здесь замысловато переплелись древние и современные вещи. Ведущий, сопровождающий группу посетителей, пафосно утверждал, что основной девиз их проекта – это то, что ко всему разрешается прикоснуться и пощупать. Однако имеются здесь предметы, дотрагиваться

до коих было нежелательно, предпочтительнее было бы их беречь в музейных помещениях с постоянной температурной средой. Упрекать обладателей и организаторов проекта в небрежном восприятии имущества сложно, беречь уникамы не есть их функция. В этой деятельности обязаны проявить себя архивные и музейные специалисты. Однако неизвестно, имеются ли у них личное внимание и материальные средства для улучшения условий содержания древнего скарба, восстановления и сбережения его.

Третьим в числе интерактивных приемов можно назвать коллективные решения творческих задач. Под таковыми понимаются задания, требующие от исполнителей не только реставрации субстанции, а, собственно, созидания, содержащего далеко не одноразовые подходы. В рамках наших PR-дисциплин функцию творческого поручения способно исполнить такое: «Реализовать поиск, анализ и реферативную фиксацию информации по теме «Основные этапы развития региональной журналистики на Северном Кавказе» или по местному (РА и Северный Кавказ) элементу темы «Законодательное обеспечение свободы слова и информации»». Студенческая группа разделяется на несколько маленьких компаний. Появляется овладевающий определенной территорией коллектив, старающийся сообщать, плодотворно и благосклонно рассмотреть и понять вопрос. В ней определяются ведомые, ведущий лидер, противостоящие противники, специалисты, принимающиеся за поиск. Лидирующих профессионалов, намеренных расходовать собственные средства, часы на реставрацию и сбережение наследий культуры, на то, чтобы выработать такую культуру общедоступной, донести до общества свою страсть к отечественной культуре, в регионе немало. Воплощение подобной церемонии помогает сформироваться опыту осознанного планирования и производства текстового продукта в течение реального постижения сферы связей с общественностью, а также в процессе последующего контроля качества этих продуктов. Вероятно, в собственном труде эти участники могут допускать некие оплошности и грехи, однако это исправимо (русская пословица утверждает: «Не ошибается тот, кто ничего не делает»). К примеру, на одном из «этнодворов» современной страны, белорусском, трудится выдающийся мастер по глине. Рядом с ним посетитель может попытаться сотворить что-либо и порасспросить о наименованиях и функции всевозможных рукотворных черепяных сосудов.

Деловая игра. Здесь дублируются условия реальности, перебираются определенные типичные действия и случаи, разыгрывается соответствующее существующее движение кадров по местному (Северный Кавказ) элементу проблемы «Государственные дотации СМИ и их по-

лучение» или по вопросу «Формы и методы работы пресс-служб Республики Адыгея с общественными и политическими организациями». Происходит совместное рассмотрение задачи, диспут между группами, аргументированная защита заключений, экспертная деятельность.

Воссоздание подлинных условий, прямых присущих акций, выработка виртуальной версии подразумевает и «Моделирование производственных процессов и ситуаций». Подобный метод помогает понять, что имеются еще специалисты своего дела. Современный мастер исполнит заказ не хуже, чем его давние прадеды. Проявляет все имеющиеся сегодня ремесла своей отрасли и объяснит технологию. На мастер-классе посетитель сам может попытаться овладеть ремеслом и включиться в промысел. Причем, редкостная его продукция обладает собственным участком на площадях-макетах. Такое моделирование допустимо по местному (РА) ингредиенту вопроса «Средства массовой коммуникации: печать, радио, ТВ, интернет» или по местному (Северный Кавказ) элементу проблемы «Информационные агентства». Фактически задействованы знакомые населению пункты, дело коих выказывается устойчивой, неизменной и каждодневной миссией, пропитанной несметными условиями и контактами, иногда спорными, но всегда действующими, способными оказаться спроектированными. С интересующих нас позиций теории и практики массовой информации допустимо задействовать четыре типа окружающих условий: компьютерные, информационные, интернетовские, социальные. На этапе сбора при подготовке специалиста по связям с общественностью могут быть расположены: 1) коллектив из шести задействованных журналистов, которые предупреждаются и выслушивают пояснения заранее; 2) коллектив из шести входящих в его состав исполнителей роли менеджера; 3) шесть участников, кои числятся лицами, к которым сейчас должна подойти прибыль, поскольку они вручают купюры менеджерам арендуемые под рекламу участки или заказывают разного рода нужные сведения. Результатом организованного проектирования должно явиться корпоративное заключение о договоре участников и их групп.

Работа в малых группах оказывается весьма активной, так как тактика разрешает действующим лицам быть задействованными и влиять на итоги. В частности, это осуществимо, когда необходимо совершить розыск, разбор и реферативную концентрацию материала по проблеме «Степень распространения радио- и ТВ-средств в РФ» либо по местному оттенку данной тематики, или по вопросам «История появления журналистики на Северном Кавказе», «Журналистское произведение как текст – жанровые разновидности», либо по местному (РА) ингредиенту проблемы «Развитие массовой прессы в России». В процессе по-

стижения этой проблемы студенты обязаны овладеть целым нижеследующим понятийным блоком. Информационным жанрам уделяется предельная доля печатной зоны и радио-, теле-, интернет- времени. Непосредственно данные жанры доставляют массовому клиенту все слушающиеся события. Во многих СМИ их отмечают единым совокупным понятием «новости», нередко добавляя к этому не только информацию о чем-то свежем, но более – о чем-то шоковом. Поиск и систематизация тканей на заданную тему в малой группе позволяет практиковать обретенные коммуникативные межличностные навыки, в том числе такие: оптимально прислушиваться, выковывать совместную точку зрения, упразднить возникающие разногласия. На «гумне» (имеется на «этнодворе» подобная сценарная территория) целый ряд юных участников повествовал о прежних музыкальных орудиях, об исторических обнаружениях и постижении древних записей, о собственных усилиях повторить давние инструменты, организовать хроникальные звучания.

Ролевая игра представляет проигрывание кадра с заранее распределенными персонажами с целью выявления введенной поведенческой или эмоциональной линии актуальных обстоятельств. К такому подходу готовы насыщенные лицами и фигурами проблемы «Крупнейшие собственники СМИ в государствах Европы и Азии», «Информационное общество, его инфраструктура и глобализация». Прогон одной из названных предполагает конструкцию с разными коллективами, однако при схожих зрителях. Последние имеют возможность сравнить, кто реализовал образ достойно, а какие пороки проявляются в действующих лицах.

Достаточно активными считаем также и такие интерактивные приемы, как «Мозговой штурм», «Мини-лекция», «Презентация», «Просмотр и обсуждение видеofilьмов», «Интервью», «Обратная связь», «Лекция с заранее объявленными ошибками», «Разминка», «Тренинг». Коллективный поиск истины содействует выработыванию опыта проворно и энергично разыскивать правду, выдерживать ответственность, общаться с остальными и гармонизировать сомнительные условия.

**Мирослава Чабаненко**

*Запорожский национальный университет,  
Украина*

## **НОВЕЙШИЕ ПРИЕМЫ РАБОТЫ В ИНТЕРНЕТЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Стремительно развивающаяся журналистика в Сети требует постоянного внимания исследователей, поскольку авангард тех преобразова-

ний в медиа-пространстве, которые можно считать показательными и даже знаковыми для его будущего, связан именно с этим его участком. Обычно импульсами к очередному скачку в развитии медиасферы служат две группы факторов. Первая – появление новинок в компьютерной технике и программном обеспечении, и, соответственно, новых интернет-сервисов. Вторая – возникновение периодов повышенного спроса аудитории на новостные сообщения вследствие обострения социально значимых проблем (экологического, экономического, политического, военного или другого характера). Опыт показывает, что интернет как наиболее оперативный канал распространения информации при любых проблемных ситуациях в обществе обычно выигрывает, каждый раз укрепляя свои позиции.

Для Украины в этом отношении особую роль сыграли скандал вокруг исчезновения редактора интернет-издания «Українська правда» Г. Гонгадзе в 2000г., знаменитый теракт в США в сентябре 2001г., а позже – в 2004г. – «Оранжевая революция». В первой половине 2000-х гг. многие люди старшего и даже среднего поколения не чувствовали особой потребности знакомиться с интернетом. Но попробовав добывать информацию о тревожных событиях в Сети быстро, да ещё и с возможностью свободного обсуждения, – они невольно втянулись и превратились в уверенных пользователей. Естественно, ещё больше присоединилось молодёжи. Таким образом, аудитория «глобальной паутины» резко увеличилась наряду с ростом количества веб-ресурсов, в частности, персональных веб-сайтов и блогов. На интернет-журналистике это отразилось, как минимум, по двум направлениям: во-первых, возросло число интернет-изданий, во-вторых, преимущественно любительская гражданская журналистика начала составлять серьёзную конкуренцию обычной, что послужило определённым вызовом, на который необходимо было отвечать адекватными профессиональными решениями.

События последних полутора лет в некотором смысле напоминают первую половину 2000-х гг. Но большая разница состоит в том, что к моменту нового Майдана, который стартовал осенью 2013г., украинская аудитория интернета уже достигла точки насыщения. Нельзя утверждать, что им было охвачено всё население, но, по крайней мере, те, кто мог им пользоваться, к этому времени уже пользовался. Сегодня освоение Сети продолжается не столько вширь, сколько вглубь, – за счёт увеличения времени, проводимого пользователями в интернете, а также разнообразия способов подключения и просмотра веб-страниц. Люди хотят узнавать новости ещё быстрее, располагать ещё более широким спектром инструментов внесения в освещение событий собственных интерпретаций и дополнений, добавлять собственные истолкования,

влиять на дальнейшее разворачивание событий за счёт эффективного обмена информацией с другими пользователями. При этом журналистика украинских интернет-СМИ снова активно преобразуется, но уже по-другому.

Сегодня постоянно мониторят новинки интернет-журналистики и дают им научное описание многие исследователи. Весьма основательны в этом отношении работы А. Градюшко, который четко определил новые формы подачи контента в интернет-СМИ. В частности, он указывал на то, что поменялись не только форматы и жанры, фактически изменился весь цикл производства информации, структура источников. «Освещение события происходит параллельно с событием» [1, с. 114], другими стали и профессиональные требования к журналисту. Значительное место в своей монографии «Современная веб-журналистика Беларуси» А. Градюшко отвёл вопросам модификации творческих методов, приёмов и жанровой стратегии. «С нашей точки зрения, – пишет он, – современный этап развития веб-журналистики Беларуси характеризуется смешением (взаимопроникновением) жанров. В массовые информационные потоки вливаются произведения самых разных видов творческой деятельности» [2, с. 137]. В одной из последних своих работ А. Градюшко исследовал стратегии новостных интернет-изданий Беларуси в социальных сетях, что позволило ему констатировать: «С одной стороны, социальные сети можно отнести к средствам массовой коммуникации нового поколения, так как они выполняют все соответствующие функции, с другой же, они остаются средством межличностного общения» [3, с. 72].

Иногда попадаются работы, авторы которых осуществляют попытку подвергнуть научному осмыслению явления, которые находятся в процессе становления и ещё не достаточно выразительны. В этом смысле интересна статья О. Лащук о специфике освещения в интернете длящихся событий, то есть включающих в себя несколько новостных фактов. Исследовательница выделила два типа таких событий (хронологический и тематический) и предложила шесть принципов составления композиции соответствующих сообщений. Касательно одного из них, а именно – принципа «перевернутой пирамиды» на уровне мезокомпозиции [5] – можно было бы поспорить, но, в конечном итоге, все точки над «i» расставит практика, ведь речь идёт, по сути, о едва зародившемся подходе.

Было бы неправильно думать, что изменения в работе украинских интернет-СМИ уникальны. Понятно, что они отвечают общим закономерностям; но можно предположить, что на каких-то этапах развития отрасли некоторые черты функционирования именно этого сегмента

медиа-рынка могут проявляться более или, наоборот, менее ярко в связи с его определённым своеобразием. Результаты анализа контента ведущих интернет-изданий Украины («Зеркало недели» dt.ua, «Корреспондент» korrespondent.net, «Лига» liga.net, «Радио Свобода» radiosvoboda.org, «Сегодня» segodnya.ua, «Тиждень» tyzhden.ua, «Українська правда» pravda.com.ua, «Gazeta» gazeta.ua) и новых, появившихся сравнительно недавно («ТВи» tv.ua, «Новый регион» nr2.com.ua, «Вести» vesti-ukr.com, «Новое время» nvua.net), позволяют утверждать, что ставшее популярным сотрудничество с соцсетями ныне всё чаще выливается в так называемую «журналистику скриншотов». (Термин, упомянутый В. Пулей в статье «7 трендов: что ждет новые медиа в 2014 году?», которая вышла в № 1 российского журнала «Журналист» в январе 2014г., стр. 48-49). Об этом свидетельствует множество публикаций, проиллюстрированных изображениями других веб-страниц, в основном, из соцсетей. Один из свежих примеров – материал «Участники коалиции пришли к соглашению о вступлении в НАТО» за 21 ноября 2014г. на сайте интернет-издания «Европейская правда» eurointegration.com.ua. В нём новость аргументирована скриншотом сообщения, которое разместил на своей странице в Фейсбуке народный депутат Украины Е. Соболев.

Метод журналистики скриншотов применяется чаще всего в заметках, но он также встречается в материалах других жанров, в частности, становясь неотъемлемой частью так называемых «онлайн-репортажей» (именно под такой рубрикой зачастую выходят материалы о происходящих событиях). Эта разновидность интернет-публикаций представляет собой текст, с виду напоминающий дневник, в котором в хронологическом порядке, с указанием времени, на протяжении целого дня выкладывается актуальная информация, которая имеет отношение к разворачиванию той или иной ситуации. Обновление осуществляется несколько раз. Соответственно, текст фрагментирован на небольшие относительно самостоятельные части новостного характера. Обычно он сопровождается богатой визуализацией – фотоснимками, видеоподкастами, скриншотами, инфографикой, а также гиперссылками на другие дополнительные сведения в Сети.

Онлайн-репортажи в значительной степени отличаются от традиционных. Примечательно, что при этом они тоже создают эффект присутствия, в данном случае – виртуального, давая возможность пользователю интернета ощутить себя как бы в гуще определённого информационного потока. В качестве примера можно рассматривать материал «Ситуация на востоке Украины», опубликованный 29 ноября 2014г. интернет-изданием «Гордон» gordonua.com, в котором подавались скрин-

шоты трёх сообщений со страниц пользователя «Пресс-центр АТО» в Фейсбуке. Другой пример – онлайн-репортаж с заседания Верховной Рады 2 декабря 2014г. на сайте газеты «Сегодня», проиллюстрированный сообщением О. Тягнибока в Твиттере. Также скриншотами сопровождаются материалы с пометкой «Лучшие комменты дня на Корреспондент.net» на сайте [korrespondent.net](http://korrespondent.net). Это, например, публикации «Эй, страна! Что с тобой?» за 18 сентября, «Дабл Порошенко» за 10 октября, «Рубль падает, батарея теплеет» за 23 октября, «Спасти рядового ватника» за 17 ноября 2014г. С точки зрения жанровой системы, их, наверное, можно отнести к особой разновидности обзоров.

Некоторые веб-издания полностью строят свой контент на заимствованиях из блогосферы (например, UAINFO «Вся правда из блогосферы» [uainfo.org](http://uainfo.org)). Большинство продолжает использовать ставшие привычными «иконки», информеры, виджеты соцсетей, без которых уже практически не обходится ни одно интернет-СМИ. Всё чаще появляются модули с постоянно обновляющимися Твиттер-трансляциями: «Твиттер НОВОСТИ в реальном времени» («Радио Свобода» [radiosvoboda.org](http://radiosvoboda.org)), «Tweets» («Новое время»), «Твиты» («Укринформ»), «Твиты со списка пользователя Газета Вести» («Вести»).

О современной роли социальных сетей в целом лучше всего сказано в одной из публикаций журнала «Новое время»: «В Украине Facebook и Twitter сыграли важную роль в формировании нового политического класса. Теперь они на глазах превращаются в гражданский форум, где рождаются идеи, а лидеры мнений – более влиятельны, чем пресса» [7]. Далее издание объясняет, что благодаря Facebook и Twitter блогеры все более значительно влияют на жизнь страны. «Из развлекательной площадки соцсети превратились в серьезный механизм, который изменил Украину, создавая в ней новые социальные лифты» [7]. Кстати, по версии этого же журнала, на сегодня список наиболее популярных в социальных сетях граждан Украины полностью состоит из известных в обществе людей. Возглавляет его певица Вера Брежнева, на девятом месте – президент Пётр Порошенко [4].

Говоря о новинках в украинской интернет-журналистике, невозможно не упомянуть о та называемых «стримах». В последнее время получила немалую популярность (опять же, не в последнюю очередь благодаря ссылкам в соцсетях) длительная живая трансляция в Сети видео с места события без какой-либо обработки. Стримы создают как обычные пользователи, так и журналисты-профессионалы, в любом случае этих людей называют «стримерами». «Новости как они есть», – написали о своём контенте основатели интернет-издания «UkrStream.TV» [ukrstream.tv](http://ukrstream.tv) в рубрике «О нас». Подобные материалы

хорошо пользуются спросом (да, собственно, и возникают) в дни обостренной политической ситуации, когда происходят митинги, стычки между представителями противоположных политических убеждений, различные акции протестов, снесения памятников и другие важные зрелищные события.

Самое главное в стримах – это, конечно же, достоверность. Дело в том, что их практически невозможно подделать, а это большой плюс в условиях, когда информационное пространство буквально напичкано фейками. Прозрачность и демократизм, которые должен был обеспечить интернет, сегодня оказались перечеркнутыми компьютерными технологиями, позволяющими мастерски фальсифицировать новости почти любого формата. Для жителей Украины, которая пребывает в условиях информационной войны, да и для граждан других государств, по инициативе Киево-Могилянской школы журналистики в марте 2014г. был запущен интернет-проект «StopFake» (Stopfake.org). На этом сайте регулярно развенчивают неправдивые сообщения как украинских, так и зарубежных СМИ.

Все же этого явно недостаточно: проблема фейков остаётся одной из наиболее болезненных. Интересно, что недавно она неожиданным образом «мутировала», в результате чего родился ещё один новый жанр. Имеется в виду неприкрытый, если можно так выразиться, фейк, отдалённо напоминающий традиционный фельетон, – развлекательного характера произведение-розыгрыш, в котором на самом деле никто никого не пытается обмануть. Найти образцы подобных материалов можно на сайте «Новое время» [nvua.net](http://nv.ua.net). Примеры: две публикации «Если бы Майдан проиграл» за 25.11.2014г.: «Фантастическая история о стране, в которой остался Янукович» и «Вымышленное интервью НВ с "легитимным" президентом Виктором Януковичем». Чтобы никого не ввести в заблуждение, журналисты не только ясно указали на вымышленность в заголовках, но ещё и подали сноски в конце текстов. Будет ли дальше развиваться подобный жанр, пока непонятно.

Исходя из всего вышесказанного, можно дать журналистам-международникам, которые освещают события в Украине, несколько рекомендаций. Прежде всего, необходимо учитывать, что её масс-медиа (в первую очередь, интернет-СМИ) теснее, чем когда-либо, интегрированы с соцсетями, которые служат виртуальной трибуной для публичных лиц. Многие информационные поводы можно черпать именно там, не забывая обзаводиться скриншотами. При ссылке на материалы разных украинских СМИ следует помнить о том, что страна в настоящее время находится в состоянии информационной войны, а, значит, существует риск столкнуться с предвзятыми и даже сфальсифицированными

ведомостями – как местного производства, так и выброшенными извне. Это означает, что неплохо было бы сверять факты с такими источниками, как «StopFake», а также чаще прибегать к помощи экспертов, независимых пользователей тех же социальных сетей.

При освещении таких событий, как митинги, демонстрации, необходимо помнить, что практически в каждом крупном населённом пункте есть свои стримеры. С одной стороны, это повышает требования к качеству работы и добросовестности самих журналистов-международников, ведь вполне может оказаться, что пользователи Сети будут сравнивать увиденное ими в стримах и сюжеты своего или зарубежного телеканала. С другой стороны, полезно знать интернет-источники, где транслируют подобные видео, чтобы указывать ссылки на них в собственных материалах.

Можно попробовать устраивать собственные стримы либо совершать обычные видеосъёмки при помощи дронов – беспилотных летающих аппаратов на дистанционном управлении. Эти устройства пока не освоены украинскими журналистами, но зато в США так называемая «журналистика дронов» уже развивается полным ходом, первые шаги в этом направлении делает и Россия. Её преимущества: «возможность готовить видео-контент такого типа с такого ракурса, который раньше требовал вертолет и отдельную съёмочную группу» [6]. Как пишет А. Мельник, «использование дронов позволит освещать в прямом эфире гражданские протесты, события на месте преступления или массовые празднования так, как раньше не могли себе позволить даже крупные СМИ» [6]. Это то, что может пригодиться в зонах военных действий или других горячих точках, где журналист не всегда располагает возможностью физически оказаться в нужном месте. (К слову сказать, тема роботизации журналистики очень интересна, причём, для международной журналистики, наверное, в первую очередь. Она достаточно актуальна сейчас и поэтому заслуживает отдельного разговора).

Подводя итог, отметим, что украинские интернет-СМИ на фоне обострения социально-политических проблем очень отчётливо, как лакмусовая бумага, демонстрируют все преимущества и недостатки влияния научно-технического прогресса на масс-медиа. При этом всё лучшее, что происходит в отрасли онлайн-изданий в плане усовершенствования и трансформаций уже известных, а также зарождения совершенно новых приёмов журналистской работы в Сети, вполне может быть взято на вооружение журналистами-международниками.

### *Літэратура*

1. Градюшко, А. А. Новые формы представления контента в интернет-СМИ / А. А. Градюшко // *Жыццём і словам прысягаючы... : да 90-годдзя заслуж. работніка адукацыі Рэсп. Беларусь, д-ра філал. навук, праф. Міхася Яўгенавіча Цікоцкага : зб. навук. прац / пад агул. рэд. д-ра філал. навук праф. В. І. Іўчанкава. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2012. – С. 105–115.*
2. Градюшко, А. А. Современная веб-журналистика Беларуси / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2013. – 179 с.
3. Градюшко, А. А. Стратегии новостных интернет-изданий Беларуси в социальных сетях / А. А. Градюшко // *Веснік Магілёўскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя А. А. Куляшова. Серыя А : Гуманітарныя навукі : гісторыя, філасофія, філалогія. – 2014. – № 2. – С. 67–73.*
4. Духнич, О. ТОП-50 украинских блогеров в Facebook и Twitter. Рейтинг НВ / О. Духнич // *Новое время [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nvua.net/publications/virtualnye-geroi-politiki-i-zhurnalisty-tesnyat-pop-znamenitostey-v-facebook-i-twitter-infografika-nv-22945.html>*
5. Лашук, О. Типы длящихся событий и особенности их освещения в интернет-материалах / О. Лашук // *Медиаскоп : Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1430>.*
6. Мельник, А. Тренд хардверных стартапов: дроны для журналистов / А. Мельник // *[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://siliconrus.com/2013/08/trend-hardvernyih-startapov-dronyi-dlya-zhurnalistov/>*
7. Лидеры мнений украинского сегмента Facebook и Twitter // *Новое время [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nvua.net/publications/nv29-lidery-mneniy-ukrainskogo-segmenta-facebook-i-twitter-22408.html>*

**Чжан Хайянь**

*Белорусский государственный университет*

## **КИТАЙСКАЯ ГОРОДСКАЯ ГАЗЕТА «ЛОЯН ВАНЬБАО»: ЦЕЛЕВАЯ УСТАНОВКА, ТЕМЫ, РУБРИКИ**

«Лоян Ваньбао» является частью холдинга «Лоян Бао», который был основан в конце 2009 года. В состав холдинга входят такие издания как «Лоян Жибао», «Лоян Ваньбао», «Лоян Шанбао», «Лоян Гуанбо Дианьшибао», «Лоян Шодибано» и один официальный сайт «Лоян Ван».

«Лоян Ваньбао» популярна на территории города Лоян. Одна из главных тем газеты – жизнь народов, населяющих эту территорию. На страницах издания обсуждаются самые разные вопросы, от политических до самых житейских: когда состоится встреча с представителями властных структур или, например, какие есть способы хорошо заработать в Лояне, где находятся рестораны и т.д.

Знание своей аудитории одинаково важно и для новых, и для старых изданий. Когда социальная структура общества стабильна, то процесс определения целевой аудитории проще. Однако процесс структурирования китайского общества не завершен, социальные слои, группы аморфны, перемешаны, основания для их определения не ограничиваются принадлежностью к тому или иному социально-экономическому классу. Структурирование аудитории – процесс сложный, однако «Лоян Ваньбао» нашла свой путь. Большую роль в газете играют рубрики, которые помогают, с одной стороны, лучше ориентироваться в газетном контенте, а с другой, лучше структурировать свою аудиторию. Рубрики развиваются и становятся интересными разным людям в разных сферах; рубрики позволяют по одной теме выражать разные взгляды.

В «Лоян Ваньбао» на каждой полосе есть свои рубрики, которые в какой-то степени предопределяют содержательно-тематическое поле газеты. Во-первых, каждая рубрика посвящена отдельной теме: специальностям, взглядам обычных людей, обществу, закону, финансам, культуре, спорту и др. И недавно появилась новая рубрика “История 13 династий”. Там рассказывается о неизвестных ранее событиях Лоянской истории, приводятся мнения историков. Эту рубрику читатели любят больше других. Можно сказать так: чем больше рубрика отвечает конкретным интересам и запросам, тем более она популярна у читателей Лояна. Во-вторых, рубрики позволяют расширять и делать более разнообразным журналистский поиск. Современное общество развивается быстро, поэтому рубрики постепенно становятся более открытыми и разнообразными. Рубрики охватывают широкие темы. Они затрагивают общественную политику, экономику, культуру, военную деятельность и т.д. Авторы выражают свои мнения очень смело и остро. Например, в «Лоян Ваньбао» во многих рубриках пишут: “Наши расходы превышают заработную плату. К чему стремится Лоянское правительство? К улучшению экономики или к счастливой жизни людей?” С этими точками зрения люди постоянно знакомятся и обсуждают их.

В-третьих, рубрики свидетельствуют об особенностях стиля. Раньше авторы писали стандартно, то есть выражали своё мнение, но придерживались некоторых обязательных правил, которые не всегда позволяли глубоко раскрывать суть того или иного факта. А сейчас авторский подход позволяет действительно раскрыть суть события. Современный язык текстов стал простым и понятным для обычных людей, потому что авторы употребляют разговорную лексику, т.е. обычные слова. От стиля и содержания новостей, сенсаций зависит, заинтересует ли читателя рубрика и поверит ли он написанному. Редактор «Лоян Ваньбао» сказал: “Как писать начало? Нужно прямо говорить о проблеме. И, думаю,

что если в основе рубрики лежит свежая новость, то людям будет интересно читать дальше”. Рубрика содержит факты, новости, в рубрике увеличивается количество информации и улучшается ее качество; рубрики учат доверять СМИ.

В-четвертых, рубрики отражают процессы общественного реформирования. Рубрика тесно связано с новостями, а раньше новости публиковались без рубрик. В этом тоже отражаются некоторые акценты реформы. Современная рубрика обращается к массовой аудитории. Нет сложных слов, нет трудного, непонятного содержания. Они создаются современными людьми для современного общества. Люди внимательно и с удовольствием читают тексты под этими рубриками, ведь они отражают свежие взгляды, к тому же они небольшие по объёму и интересные по содержанию.

«Лоян Ваньбао» делится на части, которые обозначаются буквами – А, В, С, D, Е и Т. А-самая главная часть, в неё включается обычно 16 полос. Рассказывается об общих новостях Китая и провинции Хэнань; о жизни провинции и города Лоян; о городских насущных проблемах; о народных искусствах и художниках Лояна; о лоянской экономике и т.д. В – международная полоса, своеобразная межкультурная и межэкономическая часть. Обычно планируется как А, тоже выходит на 16 полосах. В каждой полосе публикуются статьи о жизни Китая с международной точки зрения, о международной экономике и культуре, о возможностях и особенностях новых технологий.

С – следующая часть, которая посвящена исключительно региональным проблемам провинции Хэнань и города Лоян. Сокращенно она еще называется «Хэ Ло». Здесь освещается региональная жизнь в Хэнане и Лояне, она состоит из 8 полос. На этих полосах также публикуются беллетристика, романы, повести, рассказы; освещается жизнь художников; обозначаются популярные места туризма; публикуются исторические документы; народные интересные сообщения и детективные рассказы. D – полоса, на которой рассказываются о новых автомобилях, она выходит каждую среду вместе с А, В и С. Её основное количество – 8 полос. Е – развлекательная полоса, состоит из 12 полос. Т – полоса, посвященная вопросам недвижимости. На этой полосе объясняется рынок недвижимого имущества в Лояне, но бывают новости о недвижимом имуществе и в других местах (территории Хэнаня или городов, располагающихся рядом с Лояном).

«Лоян Ваньбао» начинается с заголовочной части, которая может занимать всю ширину полосы или ее часть. Основные ее элементы: название газеты; слоган; название издающей организации; календарные сведения и номер выпуска. Название газеты постоянно и располагается

в верхней строке первой полосы. Название отделено от текста жирной линейкой красного цвета. Календарные сведения и номер выпуска размещаются под названием газеты.

Передовую статью помещают в левой верхней части первой полосы. Ее набирают большим шрифтом и заверстывают на одну или несколько колонок. Передовую статью отбивают линейкой от другого материала или заключают в рамку.

Подборку – однородные по теме материалы – размещают на нескольких колонках и объединяют одним общим заголовком - шапкой. Подборки могут быть тематическими и разнотемными. В подборку чаще всего объединяют небольшие статьи информационного характера (заметки, интервью, репортажи). Подборку заверстывают вверху или внизу полосы и четко отделяют от другого материала. Несколько подборок заключают в рамку. Если в подборке много материала, ее заверстывают на развороте под общей шапкой.

Статьи заверстывают на три-четыре колонки по всей высоте полосы. Уголок – статья или иллюстрация, заверстанная в одном из углов полосы, за исключением правого верхнего. Уголок отделяют от другого материала линейками.

В газете «Лоян Ваньбао» бывают «Объявления», которые заверстывают обычно на последней полосе. Шрифты для набора «Лоян Ваньбао» удобочитаемые и емкие. Часто используются китайские шрифты гарнитур: Вэйбэй; Хэйти; Фансун; Синкай, Кэйти. Заголовки акцентируют внимание читателей на наиболее важном и интересном материале, поэтому их оформлению придается первостепенное значение. Заголовки в «Лоян Ваньбао» набирают шрифтами разных гарнитур и начертаний, преимущественно кегля Чухао (по китайскому размеру примерно 48п), Ихао (примерно 32п), Сяосань (примерно 18п), Сихао (примерно 16п). Заголовки бывают одно-, двух- и многострочными. Строки в заголовке размещают в соответствии с правилами их группировки. Для выделения заголовки подчеркивают линейками, заключают в рамки. Все полосы «Лоян Ваньбао» имеют одинаковый формат независимо от числа колонок на полосе. Все колонки на полосе одинаковой длины.

Программной позицией редакционного коллектива является то, чтобы быть близким к своим читателям, писать для конкретной аудитории и четко осознавать информационные потребности читателей. На стене главного входа редакции «Лоян Ваньбао» написаны слова: "Гань шо минь шен, чжэнь цзин ту лоу" («Надо чувствовать свой народ, писать о нем, не забывая правду»).

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖАНРОВ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Современные СМИ развиваются и быстро реагируют на запросы общества. Изменяется не только тематика, но и способ подачи информации. Контент изданий адаптируется к потребностям читателей, наполняется преимущественно визуальной составляющей, текст нередко преобразуется в инфографику, что связано со все возрастающим количеством новостей. Так, если в XVIII в. периодическое издание сообщало о нескольких десятках происшествий, то в начале XXI в. редакция вынуждена отбирать новости, сокращать их, адаптировать под потребности конкретной читательской аудитории. Кроме того, печатные издания покупают не только ради информации, «главная сила печатного СМИ – эмоциональная привязка», – утверждает заместитель генерального директора издательства «Бурда-Украина» А. Вдовиченко [1]. Печатные издания удобно читать и перечитывать, рассматривать изображения, детально анализировать информацию. Они приятны на ощупь, имеют свой запах и лицо. Для многих читателей это друг со своей индивидуальностью, который помогает и советует, подтверждает и спорит, радуется и огорчает. В любом случае, читатель доверяет «своему» изданию. И доверие основано во многом на особом стиле подачи материалов.

Облик печатного издания определяют как внешние характеристики (оформление, иллюстрации, шрифты, верстка), так и внутренние (жанры материалов, тематика, авторство). Понятие «жанра» как вида произведения с постоянными содержательными и формальными характеристиками претерпевает изменения одновременно с трансформацией системы периодических изданий. Научная теория жанров журналистики основывается на различных типологических подходах. В 1980-х гг. научное сообщество придерживалось классификации, выдвинутой учеными факультета журналистики МГУ [3]: информационный, аналитический, художественно-публицистический и юмористический, каждый из которых разделяется на подвиды. Например, к информационным жанрам относят заметки, интервью, репортаж, комментарий, отчет. В 1990-е гг. предлагаются новые концепции и подходы, ученые обосновывают собственные системы жанровой палитры СМИ. Жанры группируются по методам сбора и обработки информации (репортаж, расследование, комментарий), тематике (политика, экономика, развлечения, женские

проблемы), предмету отображения действительности (авторская, новостная, аналитическая журналистика). Однако критерий способа подачи информации незаслуженно выпускается из вида.

Л. Шибаева утверждает, что постоянными характеристиками жанра являются его предметно-функциональная природа (предмет и цель статьи), связь с определенным типом жизненного материала (мнения, реакции, факты, комментарии), выполняемая информационная задача и соответствие определенному методу работы с информацией [8]. Многие журналистские произведения, написанные в одном жанровом ключе и на одну и ту же тему, могут разительно отличаться друг от друга и по авторскому стилю, и по форме построения, и по способам авторского самовыявления в тексте.

Современные жанры журналистики представляют целостную и развитую систему, характерной особенностью которой является ее относительная стабильность, и, одновременно, подвижность. Я. Засурский отмечает обеднение жанровой палитры – «почти нет очерков, фельетонов» и одновременную «популярность эпистолярных жанров» [4]. Действительно, современная система жанров журналистики является динамично развивающейся системой, внутри которой существуют свои внутренние и внешние связи. Оптимальными способами представления информации для современного издания является минимальный текст, визуальный ряд, структурированные текстово-иллюстративные блоки. Хотелось бы остановиться на таких новых жанрах журналистского сообщения, как инфографика и визуальная история, поскольку они имеют постоянные содержательные и формальные характеристики, подобно любому другому журналистскому жанру.

Инфографика демонстрирует срез читательской заинтересованности в контексте темы, проблемы, нюансов и подробностей. Сложные для понимания или растянутые во времени события требуют более тщательной подготовки перед опубликованием. Данные как единица информации сами по себе не имеют смысла и очевидных связей. И лишь когда они проанализированы, осмыслены, сгруппированы, ранжированы по определенным критериям, может быть сформирован материал. Тема материала подсказывает направление для поиска фактов и данных, а их интерпретация зависит от цели публикации. Структурные, логические, визуальные связи могут быть проведены даже между абсолютно разнотемными, на первый взгляд, данными.

Словосочетание «информационная графика» или «инфографика» утвердилось как жанр журналистики в 1980-е года. Инфографика – не иллюстрация и не способ упрощения информации, а средство ее обобщения и конкретизации. Ее невозможно сделать без достоверных дан-

ных. Официально инфографика как явление выделилась с выходом 15 сентября 1982 номера «USA Today» [2, с. 163]. Одним из ее основателей считается британский дизайнер-график П. Салливан, который описал способы графической подачи информации в СМИ [10], где во время войны в Персидском заливе в 1991 году фотографии стали заменять инфографикой, поскольку считали, что они взаимозаменяемы. Однако инфографика оказалась неспособной отразить эмоциональность реально происходящего, поскольку невозможно заменить фотографии инфографикой. Нельзя использовать инфографику только потому, что отсутствует фотография или осталось место на странице. Ее место в издании должно определяться функциональностью, например, когда нужно привлекательно, понятно, доступно, четко и просто сравнить, отразить динамику, тенденции, структуру. Ученые Европы и США отмечают «USA Today» как первое «пост-телевизионное» издание, где обобщенный, яркий и быстрый обзор новостей содержит элементы визуализации. На примере этой газеты исследователь визуальной журналистики А. Каиро рассматривает принципы использования инфографики [9].

Инфографика на страницах СМИ представлена в виде рисунков, чертежей, деловой графики, графических символов, схем, диаграмм, графиков, таблиц, карт. Е. Тафте вывел концепции видов информационной графики [11], продемонстрировал несколько сотен примеров сложной и многомерной информации: карты и схемы, научные презентации, компьютерные интерфейсы, статистические графики и таблицы, стереофотографий, доказательства из зала суда, расписания, раскладные альбомы, детские книги необычных конструкций. Д. Сурнин основными свойствами инфографики считает информативность, понятность, наглядность, четкую композицию, эстетическую привлекательность [5]. Так, например, путешествие в Карпаты можно описать словами, а можно обозначить на карте места остановок, добавить сведения о растительном и животном мире, исторических объектах и событиях, погоде, рельефе местности.

Визуальная история реализуется в наборе различных форм, соединяет журналистские и дизайнерские задачи, подобна журналистскому расследованию. Она является самостоятельным журналистским материалом. В визуальной истории важна не вербальная или визуальная форма представления данных, а наиболее эффективный способ передачи фактов. Данные в ней преобразуются в слова-образы, связи между которыми демонстрируют особенности объектов. Система восприятия человека адаптирована для поиска закономерностей в графике, группировке объектов, быстрого обнаружения отдельных частей объекта, сравнения общих и отличительных свойств. Эти свойства человеческого

восприятия заложены в композиционные законы и закономерности, принципы гештальтпсихологии.

Исследования подтверждают, что человек лучше запоминает информацию с картинкой, а сухие данные в тексте, графиках, таблицах читатели пропускают. Эффективность восприятия связана с самим процессом перцепции, участками мозга, которые отвечают за то или иное действие. Так, чтение текста, просмотр статистики, списков и графиков активизируют участок мозга, который побуждают к пониманию прочитанного. Когда же человек видит пейзаж, вкусную еду, жанровые фото или коллажи, подключаются сенсорные участки мозга. При наличии динамических изображений или активных цветов начинают работать участки, отвечающие за моторные функции. Применение метафорического языка, неожиданных изображений, на первый взгляд, неуместных акцентов подключают сенсорную деятельность мозга. Например, словосочетание «бархатный голос», «мозолистые руки», «лазурное море» сразу задают тон публикации, особенно в сочетании с картинкой, поскольку визуальные образы быстрее действуют, обуславливают яркие ощущения.

Визуальная история помогает читателю разобраться в сложных нюансах события, поскольку имеет четко определенную цель, тщательно отобранные, систематизированные и проанализированные данные, представленные соответствующим функциональному назначению способом визуализации. Визуальную историю и идею публикации связывает способ репрезентации данных, то есть графические средства, которые воплощают идею в визуальный образ. Факты и данные являются первоисточником визуальной истории; форма представления и связи между ними в абстрактной или конкретной форме последовательно или нелинейно излагают сущность, подобно обычной статье в СМИ. Однако для визуальной истории требуется гораздо больше данных, чем для обычной статьи, при этом данные должны быть точными.

Тематикой для визуализации могут послужить любые события или явления, живые или неживые объекты – человек, группа людей, общество, аспекты действительности, предметный мир, окружающая среда, ситуация. Визуальную историю характеризуют следующие черты: точная передача сущности идеи, лаконичность; наглядная форма представления с учетом культурного уровня читательской аудитории; использование общеизвестных образов, отсутствие сложных ассоциаций; привлечение большого объема данных; конкретность в деталях; апелляция к эмоциям, неожиданный ракурс ситуации, юмор. Как любой журналистский материал визуальная история имеет концепцию. Она соединяет воедино тему события, цель публикации и объект отображения так, что-

бы стала очевидной скрытая сущность отображаемого явления. Построение концепции – наиболее ответственный, кульминационный момент создания любого журналистского материала [6, с. 92]. На первом месте, разумеется, наличие темы – важной для общества, с четким кругом жизненных явлений или вопросов, с непосредственным откликом на актуальные общественные потребности. Темой для визуальной истории становится конкретный аспект определенной проблемы под определенным углом зрения. Контекст – это та информация, которая меняет смысл новости.

Если рассматривать визуальную историю как жанр, то в соответствии с тематикой и способом отображения она распадается на такие подвиды [7, с. 162-190], как: визуализация для демонстрации структуры объекта или портрета человека, прослеживание рейтингов и тенденций, хронологии и последовательные события, события с привязкой к месту, описание бытовых проблем и советов, отображение неявных данных, анализ проблемы, сравнение объектов, явлений или их частей, повествование в картинках (например, комикс), цифрах или текстовых блоках. Развлекательная тематика представлена визуальными историями о том, как сделать коктейль, куда поехать кататься в горы, какую послушать музыку, что нужно для устройства вечеринки. Практические советы охватывают бытовые темы: как выбрать арбуз, икру, предотвратить болезни, составить диетическое меню, собрать чемодан и тому подобное. Бывают курьезные графические сообщения: как не замерзнуть на митинге, почему нельзя купаться в фонтанах, сколько нужно денег для счастливой жизни, различия Деда Мороза от Санта Клауса. Визуальная история о том, что делать, если вы попали под лед, имеет вид упрощенных схем с последовательностью действий: как нужно двигаться, куда возвращаться, как вылезать. Такая визуализация обязательно привлечет внимание на странице журнала, читатель заинтересуется ею больше, чем текстом.

Материал о событии, которое продолжается определенное время, происходит в конкретных местах, подается в виде схемы или карты, что позволяет составить собственное представление о происходящем, расширить познания, заставит думать и анализировать, обращаться к другим материалам на подобные темы. Экономические и правовые темы сложны для понимания неспециалистов, поэтому требуют особого способа представления для читателей. Статистическая информация уже давно стала привычной на страницах периодических изданий: опрос в виде диаграммы, уровень зарплат, бюджет. Научную информацию легче понимать через визуальные метафоры. Визуальное исследование – сложная и трудоемкая форма представления данных. В нем применяется

комплексная графика, которая демонстрирует суть проблемы, ее детали и различные аспекты, сопоставляет образы. Например, после землетрясения в Японии в марте 2011 г. различные издания по-разному пытались подать информацию о том, что происходило. Сначала – короткие сообщения, потом – развернутые статьи, карта Японских островов с обозначением пострадавших городов, схематические изображения движения волны. Через некоторое время аналитические материалы дополнялись графическим изображением реактора, устройством атомной электростанции. Все новые данные о трагедии позволили журналистам составить диаграммы последствий аварии (туризм, расценка акций, самоубийство, продажа автомобилей, торговый баланс). Параллельно упоминались последствия аварии на Чернобыльской АЭС, сравнивались объемы загрязнения территории, средние дозы излучения, пострадавшего населения. То есть были задействованы разнообразные формы представления информации: карта, текст, таймлайн, диаграммы, цифровые значения, структура Земли, сведения о последних землетрясениях в мире, вероятность землетрясения в Украине и другая информация, касающаяся тематики материала.

Визуализировать можно любую тему. Главное – учесть, насколько читатель поймет эту информацию и будет ли ему интересно. На восприятие информации влияет большое количество факторов и любые изменения формы, размера или цвета установленных форм могут вызвать неожиданные реакции. Визуальная история дает возможность окунуться в ситуацию. Читатель лучше воспринимает событие, если видит детали, подробности, понимает возможные варианты его развития, последствия. Например, публикация материала в жанре визуальной истории про столкновение маршрутного автобуса ознакомила читателей не только с самим событием (карта, фотографии, схемы места происшествия), но и затронула другие социальные аспекты жизни, например, факторы риска для пассажиров маршрутки, диаграммы аварийности на дорогах, геопагогенные места. Предметом отображения является событие, идея материала – рассказать читателю, как случилась авария, реконструировать последовательность действий. В основе – факты, данные, полученные из различных источников, в том числе официальных. Читатель узнает о точной дате, времени, марках машин, стрелками указывается движение транспортных средств. Ощущение присутствия эмоционально не давит на читателя, поскольку страшные фотографии трагедии отсутствуют.

Тема расширения жанровой палитры журналистики поистине неисчерпаема, поскольку идет непрерывный процесс замещения или переплетения одних жанров с другими. К тому же появлению новых жанров предшествует освоение журналистами новых методов познания дейст-

вительности, достижения науки и технологий, технических возможностей отобразить действительность. Существующие жанры постоянно взаимообогащаются, вбирают в себя возможности друг друга. И читатель от этого только выигрывает.

#### *Литература*

1. Вдовиченко, А. Мы не прогнозируем медиа-инфляцию в прессе / А. Вдовиченко // Медиабизнес [Электронный ресурс]. – 2013. – Ресурс доступа: [www.mediabusiness.com.ua/content/view/33327](http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/33327)
2. Лаптев, В. В. Изобразительная статистика: введение в инфографику / В. В. Лаптев. – СПб.: Эйдос, 2012. – 180 с.
3. Пельт, В. Д. Теория и практика советской периодической печати : учебное пособие / В. Д. Пельт. – М. : Высшая Школа, 1980. – 374 с.
4. Система средств массовой информации России: Учебное пособие для вузов / Под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 386 с.
5. Сурнин, Д. Проповедь про инфографику / Д. Сурнин // Заметки газетного червя [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://dmitri-surnin.livejournal.com/4551.html>
6. Ученова, В. В. Гносеологические проблемы публицистики / В. В. Ученова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1971. – 147 с.
7. Шевченко, В. Е. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія / В. Е. Шевченко. – К.: Видавець Паливода А. В., 2013. – 340 с.
8. Шibaева, Л. Жанры в теории и практике журналистики : учебно-методическое пособие / Л. Шibaева // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru/text3/82.htm>
9. Cairo, A. Information Visualization In The News : Print And Multimedia Infographics Storytelling / A. Cairo. – Madrid, 2009. – 390 p.
10. Sullivan, P. Newspaper graphics : Information graphics in colour / P. Sullivan. – IFRA, Darmstadt, 1993.– 440 p.
11. Tufte, E. Envisioning information: Images and quantities, evidence and narrative / E. R. Tufte. – New York : Graphics Press USA, 1990. – 126 p.

**Элеонора Шестакова**

*Донецк, Украина*

**Войцек Цисак**

*Университет имени А.Мицкевича,*

*Познань, Польша*

### **ПРОБЛЕМЫ, КОЛЛИЗИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ СТРАН «ДУХОВНОГО КОНТУРА ЗАПАДА» В ПУБЛИЦИСТИКЕ Ю. ХАБЕРМАСА**

На сегодняшний день Ю. Хабермас является одним из самых авторитетных европейских мыслителей, который, начиная с 60-х гг., воспринимается

ется как «преемник Хоркаймера и Адорно, ведущий представитель "второго поколения" теоретиков Франкфуртской школы, идеолог "новых левых"» [3, с. 364]. Основной круг проблем, которые почти 70 лет разрабатываются Ю. Хабермасом, – это особенности культуры модерна, социально-правового государства, власти, личности, гражданина, традиции либерализма, капитализма, социал-демократии, евристических основ современности, сущности публичной сферы и жизненного мира. Его идеи интересуют, прежде всего, философов, социологов, политологов.

Специалисты по теории журналистики, массовой коммуникации к работам Ю. Хабермаса обращаются нечасто, практически не рассматривают его публицистику как состоятельное и значимое для социальной коммуникации, специфики формирования культурных умонастроений, как явление интеллектуальной журналистики. Хотя в рецензиях на его работы и отдельных статьях отмечают важность для теории коммуникации взаимосвязанности интеллектуалов, публичной сферы и медиа в той трактовке, которую сумел представить философ в своих последних статьях и книгах [1, 4]. Однако сложившееся положение дел неправомерно, в первую очередь, по отношению к активной и целенаправленной публичной деятельности Ю. Хабермаса, его стремлению через массмедиа вести диалог с обществом на актуальные социально-политические, моральные проблемы. Специалистами по теории журналистики, социальной коммуникации не стоит упускать из виду, что Ю. Хабермас, во-первых, часто даёт интервью качественным массмедиа, демонстрируя умения не только опытного оратора, коммуниканта, но и интеллектуала, понимающего важность воспитательной и просветительской функций массмедиа. Во-вторых, он активно выступает на различных публичных мероприятиях, используя их в качестве возможности в популярной форме представить сложные философско-социальные, политические, нравственные проблемы; в-третьих, сам настоятельно и последовательно обосновывает роль публичного интеллектуала в развитии не только публичной сферы, массовой коммуникации, но и непосредственно массмедиа. Его сложная по природе и функциям философско-социально-политическая публицистика направлена на рефлексию таких базисных для европейского культурного сознания понятий и проблем, как государство, социум, власть, индивид, личность, гражданин, коллективные убеждения, общественные настроения, демократия, террор, тоталитаризм, евристические основы общества, этическое самопонимание человеческого рода. Она уже давно стала знаковым явлением нашего времени и воспринимается в качестве одного из проявлений и интеллектуальной журналистики и продолжением классических традиций европейской публицистической мысли. Ей присущ широкий жан-

ровый диапазон, активно сочетающий одновременно литературные и речевые жанры (М. Бахтин): эссе, статья, социально-философское интервью, манифест, доклад, некролог, речь при вручении премии, похвальное слово в связи с присуждением наград, спич при открытии выставки, выступление на вечере памяти, беседа с политиками, рассуждение, дискуссия на круглом столе, коллективное обращение. Именно публицистика, постоянно присутствующая в жизни общества, является той значимой основой и средством, которые формируют социально-политические основы культуры и личности. По убеждению Ю. Хабермаса: «Качественная пресса, по меньшей мере, в области политической коммуникации – то есть для читателей как граждан – играет роль “ведущих масс-медиа”. Даже радио и телевидение, а также остальная пресса в своих политических сообщениях и комментариях в значительной степени зависят от тем и статей, которые поставляют им “резонирующая” публицистика» [5, с. 108].

Это всё и обуславливает ведущую цель и задачи нашей статьи. На материале публицистики Ю. Хабермаса, представленной им в сборниках «Расколотый Запад» и «Ах, Европа», обозначить и проанализировать следующие проблемы. Во-первых, какие страны и культуры, а главное – почему – относятся, по мысли философа, к «духовному контуру Запада». Во-вторых, каковы культурные, социально-политические, культурно-ментальные, исторические причины глобальных и локальных проблем и коллизий существования объединенной Европы. В-третьих, как необходимо трактовать геополитические и культурно-ментальные границы единой Европы. В-четвёртых, на каких культурных, моральных и социально-политических основаниях возможно формирование и развитие европейской идентичности. В-пятых, в чем заключаются перспективы дальнейшего развития стран, принадлежащих к «духовному контуру Запада» и актуализирующих себя относительно смыслов и ценностей объединенной Европы.

10 лет назад, в январе 2004г., Ю. Хабермас, готовя сборник своих разных по жанровому диапазону, но единых по эпохе создания работ, – после 11 сентября 2001г., – очень чётко определил задачи и концептуальные основы его создания. Эта книга объединила исследования наиболее существенных социально-политических процессов и проблем, которые обусловлены ключевой, бесспорной и безальтернативной для Ю. Хабермаса «целью объединения Европы» [6, с. 8]. Уже в предисловии к сборнику «Расколотый Запад», получившему знаковое и ёмкое название, философ делает акцент на важности переосмысления форм жизни западной культуры, сути и роли национальных государств, а также того, что является ядром для их внутренней естественной транс-

формации в состояние объединенной Европы. В статье «Что значит разрушать памятник?», которая впервые была опубликована 17 апреля 2003г. в «Frankfurter Allegemei ne Zeitung», Ю. Хабермас так определяет суть происходящих перемен: «Универсалистские претензии на общезначимость, которые Запад связывает со своими "базовыми политическими ценностями", т. е. с процессом демократического самоопределения, списком прав человека, не следует путать с имперскими устремлениями – будто форма политической жизни и культура одной, пусть и старейшей, демократии является примером для всех обществ. Это тот род "универсализма", который присущ старым империям; они воспринимали мир, простиравшийся за их уходящими далеко границами, исходя из перспективы собственной картины мира. Модерновое самопонимание, напротив, несет на себе печать эгалитарного универсализма, который побуждает децентрировать собственную перспективу, он заставляет признать относительность собственного взгляда в перспективе равноправной "иной позиции". <...> "Ценности" – даже те, которые заслуживают глобального признания, – не существуют в вакууме; они обретают обязательность только в нормативных общественных системах и в практиках определенных культурных жизненных форм» [6, с. 37-38]. Ю. Хабермасом жестко и чётко формулируется проблема единой Европы как проблема, во-первых, честного, без применения дипломатического языка переосмысления исторического и культурного прошлого именно как прошлого; во-вторых, ответственного, практического выбора, осуществления новых культурных форм жизни и политиками, и простыми гражданами, роль которых в этом процессе намного важнее, нежели представителей власти, капитала. В основе такого, качественно нового состояния политически-социального пространства жизнедеятельности Европы находится, по убеждению Ю. Хабермаса, кантовская идея о всемирном гражданском порядке, в котором нравственные, социальноморальные и социально-политические вопросы изначально неотделимы друг от друга. Эта идея в современном нам мире всё больше становится не умозрительным проектом, а реальностью, которая уже нуждается в апостериорном переосмыслении.

Однако такой подход возможен только при условии ответственного понимания и политиками, и простыми гражданами парадоксальности современного состояния, когда, с одной стороны, необходимо признать, что «Запад предстает как социум, фактически утративший собственное нормативное ядро. Это сохранится до тех пор, пока к правам человека он будет относиться так же, и не более, как к экспорту рыночных свобод, а у себя дома допускать неоконсервативное разделение труда между религиозным фундаментализмом и *опустошительной* секуляризаци-

ей свободного хода вещей» (курсив автора – Э.Ш.) [6, с. 18]. Ю. Хабермас обозначает не только причины утраты Западом своей сущности, но и возможности преодоления этого затянувшегося кризисного состояния. Именно соединение честной рефлексии социально-политической жизни и традиций Запада с практическим воплощением новых норм и представлений в каждодневном поведении всех граждан позволит преодолеть нынешнюю расколотость. Расколотый Запад – это не путь к отдалению и отделению стран, сознающих свои национально-культурные различия и интересы. Наоборот. Это вероятность реального, а не умозрительного обнаружения новых перспектив социально-политической и повседневной жизни посредством рефлексии основных культурно-социальных, политических коллизий. Вследствие этого, с другой стороны, несмотря на все национально-политические, культурно-ментальные проблемы, надо признать необходимость формирования общей европейской идентичности, которое, по сути, уже и происходит в практике каждодневной жизни обыкновенных людей. Но это необходимо поддерживать и закреплять другими формами социальной жизни. В том числе это нужно делать и с помощью создания общих документов, в первую очередь, единой Конституции ЕС. Это возможно только в том случае, когда политики «пойдут на не лишённые риска и связанные с затратами времени изменения стиля своей прежней политики. С помощью референдумов они могут сделать самих граждан участниками процесса разработки конституции. Тенденция в данном направлении существует, тем более что дебаты о новой конституции поставили на повестку дня до сих пор не решённый вопрос о «целенаправленности» («Finalität») процесса объединения. Этот деликатный вопрос о «телесе» всего дела объединения имеет два аспекта. Один – вопрос о политической структуре общности: какую Европу мы хотим? Другой – это вопрос о географической идентичности: где проходят дефинитивные границы Европейского союза?» [6, с. 66]. Через эти два, довольно-таки жёстких и безапелляционных, вопроса Ю. Хабермас определяет основные проблемы, которые в равной мере касаются всех сфер жизни и единой Европы, и тех стран и культур, которые находятся на границах с нею. Ответы на эти вопросы – это ответы о сущности объединённой Европы, её целях, перспективах и, главное, основах и принципах, идеологии её самосознания.

Акцентируем на следующем, значимом для публицистики Ю. Хабермаса моменте, который необходимо учитывать при анализе основ и моделей социальной коммуникации, специфике формирования культурных умонастроений. Эти два концептуальных идейно-политических, шире – общемировоззренческих, вопроса, актуальных не только для

«высокой» политики, но и повседневности обыкновенного человека, внутренне объединены одной проблемой: становлением принципиально нового, даже для эпохи модерна, самосознания европейской культуры. При этом крайне важно то, что единый, изначальный и сильный «голос Европы в многоголосье её наций», в общей культурной памяти и опыте жизни, что нельзя не учитывать при разговоре о единой Европе, её истоках и новейшей, по сути здесь и сейчас, через жизнь всех национальных государств творимой истории. Это было чётко определено в совместной программной статье Ю. Хабермаса и Ж. Деррида «15 февраля, или Что связывает европейцев», впервые опубликованной в мае 2003г. в немецкой газете «Frankfurter Allgemeine Zeitung». Эта статья стала частью инициативы, в рамках которой одновременно в разных европейских медиа выступили известные, признанные в мировом культурном пространстве публичные интеллектуалы, например, такие как У. Эко, А. Мушг, Р. Рорти, Ф. Саватер, Дж. Ватимо, с размышлениями по поводу событий 15 февраля 2003 года [6, с. 39].

Примечательно то, что эта статья, названная «15 февраля, или Что связывает европейцев», оказалась символичной и в то же время очень актуальной философской, социально-политической рефлексией по поводу проявления качественно новых культурных жизненных форм, которые были воплощены в конкретные гражданские поступки, массовые акции, объединившие жителей «старой» Европы. 15 февраля 2003г. – это день, когда против нападения на Ирак «выступили массы демонстрантов в Лондоне и Риме, Мадриде и Барселоне, Берлине и Париже. Одновременность этих потрясающих демонстраций, самых грандиозных с конца Второй мировой войны, ретроспективно можно было бы отметить в учебниках истории как знак рождения общеевропейской общности» [6, с. 40]. Для Ю. Хабермаса важно, что этот факт проявления новых общественных настроений и ориентаций обусловлен не столько волей национальных политиков и государственных деятелей, сознательно исходящих из своих идейных и политэкономических задач и целей, создающих новое социально-политико-экономическое образование – ЕС, а качественно иным. В первую очередь, становлением культурных жизненных форм обыкновенных людей, всё более ощущающих и воплощающих в своих личных и коллективных поступках новое культурно-общественное миропонимание. Оно основано еще во многом на интуитивном, но уже жизненно важном практическом осуществлении кантовской идеи «мирной, хотя еще и не дружественной общности всех народов», которая должна уже стать «принципом права, а не только требованием морали» [6, с. 110].

Рождение новой общеевропейской общественности возможно благодаря не только определённым культурно-историческим, геополитическим условиям и ситуациям, но и сильной культурной памяти, особенно модерной эпохи. Именно в её начале происходило становление национальных государств, политических наций. Особенности взаимодействия ситуаций и процессов современности с мощными культурными традициями и памятью во многом до сих пор предопределяет, является, что важно понимать, с точки зрения Ю. Хабермаса, оправданием и обоснованием особенностей поведения и политиков и обыкновенных людей в сложных юридически и морально неоднозначных обстоятельствах. Это обусловлено тем, что «еще не ослабла разделяющая сила национальных историй и исторического опыта. Эта сила прорезает европейскую почву, как геологические разломы. <...> Заложенный в национальной памяти потенциал обладает особой взрывной силой, потому что именно национальные государства выступают в роли "Высоких Договаривающихся Сторон европейских договоров"» [6, с. 75-76]. Для Ю. Хабермаса важно показать, что культурно-историческая память и современность, постоянно встречающиеся на территории и официальных политических отношений, и поведения обыкновенных граждан, одновременно обнаруживают и важность национально-культурных границ, и перспективы становления качественно новых культурных форм жизни. Перекрёсток прошлого и настоящего – это не только осознанная проблема различий, культурных, исторических, социально-политических, национальных и предопределённых ими форм жизни в рамках национальных государств, но это еще и проблема снятия, в гегелевском понимании, этих различий. Именно поэтому Ю. Хабермасом ценностный акцент ставится на практической деятельности обычных граждан и выбирается одна из самых удачных форм диалога с ними: сотрудничество с качественной прессой, публицистика и публичные выступления, рассчитанные на объяснение проблем и перспектив становления объединенной Европы.

Ю. Хабермас понимает, что именно здесь и возникает одна из коллизий эпохи модерна, наиболее обозначившаяся после 11 сентября 2001г., иракских событий, явно обнажившегося слома в умонастроениях простых граждан Европы. Так, с одной стороны, «в рамках европейского национального государства возникла абстрактная, опосредованная правом солидарность его граждан. Эта новая политическая форма солидарности между «чужими» сформировалась в тандеме с таким же новым национальным сознанием. Местная, земляческая и династическая привязанности к религиозно обоснованной власти превратились в политическое сознание активного членства в демократической, конституционной нации, что является примером коммуникативной переплавки традиционных обязанностей и лояль-

ностей. Национальное сознание в форме искусственно созданной самобытности – это целиком и полностью модерное образование. <...> Очевидно, только в практике партикуляризма, дополненного этноцентризмом, и возникла эгалитарная привязанность к универсалистским принципам демократического, конституционного государства» [6, с. 71]. Эта форма национально-государственного самосознания одновременно парадоксальным образом объединила представителей западного мира и всё же во многом заставила оставаться в рамках национальных государств. Мир после 11 сентября – это мир, в котором не только произошел, но и стал уже неустрашимым и необратимым факт раскола Запада, в том числе и по основанию национально-государственного самосознания, поведения граждан различных государств в ситуациях угрозы их общим ценностям. Но, с другой стороны, именно общая культурная память, какими бы средствами и способами она не формировалась, была освящена давними традициями и ритуалами или же была во многом конвенциональным идейно-политическим порождением эпохи модерна, всё равно является основой для становления и развития уже новой общей европейской идентичности, принципиальным ответом на вопросы, какую и почему Европу мы хотим и где проходят её и геополитические и мировоззренческие границы, определяемые формами культурной жизни. Одновременное массовое выступление европейцев против иракских событий – это веская причина для того, чтобы перестать воспринимать их в категориях масс, толпы, а вернуться к понятиям личности, народа, граждан и возродить традиции публицистики как просветительской деятельности, как действенного диалога-участия, диалога-понимания всех членов общества.

Анализ таких тенденций позволяет Ю. Хабермасу в статье, специально написанной для сборника «Расколотый Запад» на основе ряда прочитанных докладов и получившей заостренно полемическое название «Нужно ли формировать европейскую идентичность и возможна ли она?», сделать следующий вывод. «Если сегодня вновь оживают такие глубоко укорененные противоречия прошлой истории, если они тормозят европейский процесс объединения, то новую актуальность обретает концепция "разных скоростей". <...> Политическая идентичность граждан, без которой Европа не может стать дееспособной, формируется только в транснациональном общественном пространстве. Это формирование сознания не поддается элитарному вмешательству сверху, его нельзя "установить" административными решениями, как движение товаров и капитала в общем экономическом и валютном пространстве» [6, с. 76]. Обосновывая основные проблемы становления в эпоху позднего модерна качественно нового образования – европейской идентичности, философ остаётся приверженцем идеи жизненного мира Э. Гуссерля и

его приоритетной роли в формировании культурных форм жизни. Национально-историческая, культурная самобытность народов и наций не только важна, но и является основой их сознательного самоопределения. Однако повседневность, создаваемый уже современными условиями и ситуациями выбора жизненный мир вносит качественно новые представления и задаёт новые модели социальной коммуникации. Именно поэтому Ю. Хабермас столь последователен и настоятелен в аргументации относительно роли обыкновенных людей, практики их каждодневной жизни, которая собственно и позволяет оформиться этой новой идентичности.

Но что является объективной основой для существования европейской идентичности, позволяющей ей быть не только умозрительной идеей, но и непосредственно реализоваться в социально-политической, повседневной жизни? Этот вопрос является одним из основополагающих для Ю. Хабермаса. Он обсуждает его не только с представителями политической, интеллектуальной элиты Европы, но и делает предметом постоянных рассуждений сугубо публицистических статей, интервью, которые регулярно публикует в немецкой, польской прессе. Ю. Хабермас последовательно и чётко определяет и основы и принципы существования европейской идентичности. Показательно, что именно в статье «15 февраля, или Что связывает европейцев?» мотивируется следующим образом, что и почему собственно следует понимать и под сильным, питаемым культурной памятью голосом Европы, и тем, что принято называть европейской культурной идентичностью: «Христианство и капитализм, естествознание и техника, римское право и Кодекс Наполеона, гражданско-городская форма жизни, демократия и права человека, секуляризация государства и общества распространились из Европы на другие континенты. Следовательно, эти достижения не являются сегодня исключительно европейской собственностью. Западный образ мышления, коренящийся в иудео-христианской традиции, имеет определенные характерные черты. Но и этот духовный облик (*Habitus*), отмеченный индивидуализмом, рационализмом и активностью, европейские нации разделяют с нациями Соединенных Штатов, Канады и Австралии. Короче, «Запад» как духовный контур охватывает больше, чем только Европу» [6, с. 44-45]. Обоснование сущности и принципов присутствия в мировом культурном пространстве «духовного контура Запада» является предметом последовательной философской рефлексии и публичной деятельности Ю. Хабермаса. Он стремится максимально эффективно обнажать опасные, а потому и требующие почти немедленного разрешения, актуальные нравственно-интеллектуальные доминанты, проблемы и перспективы формирования единой Европы. Они не-

устранимо лежат в основе Запада как особой, множественно представленной, но внутренне единой формы культурной жизни, которые невозможно не учитывать при выборе стратегий и возможных направлений развития общего будущего.

При этом вполне понятно, что проблемы, ловушки и перспективы стран «духовного контура Запада», о которых размышляет Ю. Хабермас, не появились в начале XXI века. Хотя именно тогда, по его мнению, наиболее отчётливо «вдруг стало заметно в политических дискуссиях, что европейцы остались наедине с собой (ну еще израильтяне)» [6, с. 10]. Эти проблемы не обусловлены и исключительно экономическими, геополитическими, даже национально-государственными и валютными коллизиями, как это пытаются представить политики. По Ю. Хабермасу, при осмыслении процессов и сущностных проблем интеграции необходимо учитывать, в первую очередь, культурно-политическую, социально-нравственную память. Её различные репрезентации и их действия до сих пор активны и в сфере создания нормативных документов в европейских законодательствах, и в практике повседневности различных стран. Собственно, это и предполагает серьёзное и уважительное отношение к проекту «Европа разных скоростей». Этот проект касается не только политиков, раздумывающих над общегосударственными проблемами, социально-экономическими, общественными выгодами и рисками от того, что в единой Европе сошлись и до сих пор активно сходятся много разнородных национальных стран, культур и интересов. Он непосредственно затрагивает жизнь обыкновенных людей, чьи гражданские позиции и поступки действительно способны создать новое общество и новую европейскую идентичность. Но эта способность проявляется у всех «стран духовного контура Запада» по-разному. Даже в начале XXI в. необходимо учитывать, что «в Европе эмансипация гражданского общества от опеки абсолютистского режима не по всюду сопро-вождалась демократическими преобразованиями и овладением современными (modernen) формами государственного управления. Однако идейное влияние Французской революции на всю Европу объясняет и то, почему здесь так ценится политика в обоих направлениях – и как инструмент коммуникации, гарантирующий свободы, и как организационная власть» [6, с. 46].

Таким образом, проблема социально-политической и общественно-моральной культурной памяти является для Ю. Хабермаса когнитивной основой и ценностным стержнем при осмыслении и современного состояния и направлений развития ЕС. Их правильное осмысление позволит обозначить и основные проблемы, и приоритетные, опасные ситуации, явления в процессе интеграции, а также определить наиболее оп-

тимальные тенденции и стратегии для дальнейшего развития единой Европы.

По мысли Ю. Хабермаса, это одновременно двуедино направленный процесс: к некоему нормативному ядру Запада, странам «старой» Европы и к расширению на Восток. В результате чего, с одной стороны, «Европа должна обрести и самосознание, и собственное "лицо". Она должна позиционировать себя не против "Запада", которым мы сами являемся, не против либеральных традиций старейших демократий, имеющих европейские корни. Она должна обратиться против опасной политики, вытекающей из мировоззрения людей, которые пришли к власти при довольно случайных, если не сомнительных обстоятельствах и, надо надеяться, скоро вновь будут отстранены» [6, с. 49]. Это её центростремительное, обращенное к себе, своим истокам и памяти, социально-политической ментальности и ведущим формам культурной жизни, актуальное задание.

С другой стороны, центростремительной, направленной к внешним границам, не менее важно найти ответ на поставленный, но принципиально еще неразрешенный вопрос о культурной и ментальной идентичности, где собственно «проходят дефинитивные границы Европейского союза?» [6, с. 66]. Ответ зависит, как представляется Ю. Хабермасу, не только от позиций и самоопределения стран «старой» Европы, но и от стран, которые хотят стать частью ЕС. Что это значит на практике? Во-первых, действенное переосмысление «старой» Европой своих общественно-политических, правовых и повседневных форм жизни. Это особенно значимо в условиях кризиса социального, во многом национально-центричного государства и соответствующего ему экономико-политического представления о порядке, когда необходимо не только на словах, но и в реальной жизни воплощать запросы, потребности, мечты и ориентации уже изменившегося мира и его граждан. Важно осознать, что «перед западноевропейскими странами стоит задача приспособить свою надежную систему обеспечения к изменившемуся демографическому развитию и к глобальным трансформациям экономических условий. Они в очередной раз перестраивают социальное государство в рамках собственных представлений, хотя причины, обуславливающие необходимость реформ, не носят исключительно внутреннего характера. Речь идет не только о «домашних» проблемах, лежащих в пределах национальной политики. Проблема в другом: должны ли национальные правительства только приспособливаться к изменившимся «рамочным» условиям, или они обязаны стремиться оказывать влияние на экономическую глобализацию через институты мирового экономического строя (при необходимости конкурируя с США)» [6, с. 69]. Во-вторых, позиции

и реальных поступков стран Восточной Европы, Турции, стремящихся стать частью ЕС. Эти страны и, главное, их политики и граждане не должны мыслить открытые и расширенные границы единой Европы механистически или же в рамках экономического, правового регулирования взаимоотношений. Проблема в ином: – в культурно-ментальной памяти и обусловленных ею возможных реакций на формы культурной жизни «старой» Европы. В связи с этим возникает справедливое требование, которое «нельзя выразить лучше, чем сформулированное Ричардом Рорти альтернативой: «Унижение или солидарность». И восточные европейцы должны воспринимать это не как своё исключение, а как призыв к солидарности с остальной Европой» [6, с. 50-51]. Солидарности с её нормативными ценностями и представлениями, моделями поведения и формами культурной жизни, особенно общественно-правовыми, морально-политическими, которые должны быть приняты не декларативно, но именно ментально, как принцип жизни. При этом и для «старой» Европы, и для её новых и потенциальных членов важно «определение новой европоцентристской ответственности вне европоцентризма любого рода» [6, с. 99].

Вот эти проблемы, ведущей из которых, по мнению Ю. Хабермаса, является крайнее «кварство европейской идентичности» [6, с. 43], видны, болезненно ощутимы не только тем, кто непосредственно переживает процессы и состояния объединения Европы, но и теми, кто находится на границах ЕС. Он специально акцентирует на этом парадоксальном явлении внимание в интервью «Фундаментализм и террор», которое было проведено в декабре 2001г. Дж. Боррадори и опубликовано уже в феврале того же года в «Blätter für deutsche und internationale Politik». В сборнике «Расколотый Запад» оно вошло в раздел с символическим названием «После 11 сентября». Так, размышляя о внутренних основаниях и особенностях становлении единой Европы, о том, что же собственно даёт основания и шансы для утверждения жизнеспособности европейской идентичности, Ю. Хабермас приходит к выводу: «То, что в Европе при благоприятном стечении обстоятельств можно было бы понять как процесс *творческого* разрушения, в других странах видится как бессмысленная, а в ситуации разобщенности поколений и неэффективная компенсация за боль, которую приносит распад привычных форм жизни» (курсив автора – Э.Ш.) [6, с. 17]. Европейская идентичность – это то, что, во-первых, в силу общего культурного, политического, социального, исторического опыта позволяет говорить о единстве восприятия и реакций на сложные общественно-политические коллизии. Во-вторых, осознаётся только на границах «своего» и «чужого», перекрёстке культурных взглядов, актуализированных всем их опытом

и достоянием прошлого, различными социально-экономическими, правовыми представлениями и опытами повседневной жизни. Одно и то же событие неизбежно по-разному воспринимается и трактуется теми, кто принадлежит «духовному контуру Запада», и теми, кто находится вне его границ, даже если это насильственно исторически сделанный политиками когда-то выбор, как в случае со многими странами Восточной Европы. Таким образом, здесь снова обнаруживается проблема границ ЕС, но не столько в их геополитическом, но, прежде всего, ментальном аспекте. История и современность снова образуют судьбоносный для Запада перекрёсток. В связи с этим процесс творческого разрушения – это процесс, заставляющий современность и современников Ю. Хабермаса, в том числе и мировую политическую элиту, слишком привязанных к краткосрочным социально-политическим, экономическим прогнозам и перспективам, необоснованно доверчиво к ним относящимся, поэтому обреченных на пессимизм и разочарования, обратиться к проблеме культурной памяти. Ю. Хабермас настаивает: «...только реальная история вынесет свой приговор касательно иерархии исторических событий» [6, с. 11]. Здесь вновь обнаруживается столь значимая для философа проблема культурной памяти как живого и действенного инструмента влияния на современность и, естественно, будущее, которое за европейской общностью. Творческое разрушение – это не разобшение или же слом традиций, общности Запада, но то, что поможет преодолеть его раскол в силу того, что способствует рождению новой, но именно европейской общности, знающей и уважающей свое прошлое.

Европейская общность и, естественно, идентичность, несмотря на всю свою коварность, – это своеобразный, проверенный временем вполне ощутимый и действенный репрезентант кантовского проекта всемирного гражданства, который реализовался, в том числе, в активной и непрерывной на протяжении всей эпохи модерна деятельности ряда публичных интеллектуалов. Именно их деятельность оказала серьёзное влияние на становление и специфику самосознания европейской культуры и человека. «Корни этого эгалитарного самопонимания уходят в Германии к первому поколению после Гёте и Гегеля. Беспокойные литераторы и приват-доценты из кружка «Молодая Германия» и левогегельянцы в такой же степени способствовали созданию образа свободно парящих, спонтанно вмешивающихся, часто сентиментальных, возбужденно-полемичных и непредсказуемых интеллектуалов, как и устойчивых предрассудков против них. Неслучайно поколение Фейербаха, Гейне и Бёрне, Бруно Бауэра, Макса Штинера и Юлиуса Фрёбеля, Маркса, Энгельса и Кьеркегора появилось перед 1848 годом, когда парламентаризм и массовая пресса образовались

под крылом раннего либерализма» [6, с. 65-66]. XX – начало XXI в. – деятельность таких «рассуждающих граждан», как А. Камю, Ж.-П. Сартр, Т. Адорно, Г. Маркузе, М. Фриш, А. Глюксман, Г. Бёльль, Ж. Бодрийяр, У. Эко, Р. Рорти, Ж. Деррида, Дж. Ватимо и, безусловно, самого Ю. Хабермаса. Революционный слом, который производят в умонастроениях эти интеллектуалы, во многом способствует развитию общеевропейской общественности и идентичности. В качестве наиболее показательного примера достаточно вспомнить, что А. Глюксман был среди подписавших 21 января 2014 года «Петицию французских деятелей и интеллектуалов в поддержку проевропейского движения в Украине» [2]. Деятельность этих «рассуждающих граждан», во многом и создала возможности для утопии под названием Европейский союз приблизиться к реальному воплощению, как это определил Ю. Хабермас в тексте реферата «Политика Европы в тупике. Речь в защиту политики постепенной интеграции», который стал основой для его беседы с министром иностранных дел Германии и был озвучен на культурном форуме СДПГ в Берлине 23 ноября 2007г. [6, с. 78].

При этом реализация Европейского союза, как реального явления социально-политического миропорядка, принципиально невозможна без его осмысления в «широком пространственном и временном горизонте» [6, с. 78]. Именно такой методологический, мировоззренческий горизонт предполагает жизненно необходимые отсылки к историко-культурным, социально-политическим и интеллектуально-духовным проблемам, ориентациям, настроениям европейской культуры новейшего времени. Без их переосмысления невозможно ни на практике, ни даже в нормативно-документальной сфере преодолеть культурно-политические, социально-этические коллизии европейских форм жизни и обозначить возможности интеграции Европы в единый союз, а также суть, надгосударственного образования качественно нового типа. Это общество, в первую очередь, сложных жизненных отношений, основанное на когнитивном сдвиге – утверждении в практике каждодневной жизни терпимости, признании важности и ценности Другого: его позиции, свобод и прав. Ю. Хабермас пишет: «Сегодня Европа несет на себе печать опыта тоталитарных режимов XX столетия и опыта холокоста – практики преследования и уничтожения европейских евреев, в которую нацистский режим вовлекал и общества завоеванных стран. В форме самокритики споры об этом прошлом напоминали о моральных принципах политики. Повышенный порог чувствительности к нарушению личной и телесной неприкосновенности проявляется и в том факте, что Совет Европы и ЕС сделали условием вступления в свои ряды отказ от смертной казни» (курсив автора – Э.Ш.) [6, с. 47]. Этот, казалось бы,

утопический, восходящий к идее всемирного гражданства, но безальтернативный проект, необходимо сделать основой европейского миропонимания в целом.

Всё это даёт основания Ю. Хабермасу выделить и обосновать семь основных признаков европейской идентичности, которые обосновываются в ряде философских и публицистических работ на актуальном социально-политическом материале с обязательными экскурсами в историю вопроса, обращенностью к его ментально-культурным основаниям. Это позволяет утвердительно говорить о возможности становления европейской общности и наднационального государства нового типа. В их основе – «секуляризация; приоритет государства по отношению к рынку; солидарность, доминирующая над производственными отношениями; скепсис в отношении техники; отказ от права более сильного; ориентация на сохранение мира в свете исторического опыта утрат» [6, с. 48].

При этом основополагающим для становления и существования надгосударственного образования нового типа, т.е. объединенной Европы, является, с одной стороны, преодоление культурной памяти как тяги к пафосу противостояния государства и граждан. Этот традиционный по своей сути подход обусловлен следующим: «Так исторически произошло, что национальные государства сложились в условиях революционных ситуаций, когда граждане завоёвывали свои свободы в борьбе против репрессивной власти государства. В постнациональных государствах нет этого пафоса; они создаются в совершенно других условиях» [6, с. 73]. Именно поэтому, с другой стороны, надгосударственное образование нового типа, которым становится объединенная Европа, вынуждено быстро, гибко реагировать на «риски все возрастающей взаимозависимости мирового сообщества. На эти вызовы они [современные национальные государства] отвечают созданием супранациональных порядков, которые выходят за пределы простой координации действий отдельных государств» [6, с. 73]. Так постепенно вырабатываются качественно новые формы жизнедеятельности социальной культуры и повседневности обыкновенных людей, которые, впрочем, по мысли Ю. Хабермаса, не обладают свойствами государства в его привычном понимании. Скорее необходимо уже говорить о становлении некоего супранационального общего пространства деятельности и в целом разнообразных форм культурной жизни.

Здесь возникает еще одна значимая коллизия культурной памяти и процессов интеграции. В становящемся наднациональном пространстве жизнедеятельности «для солидарности между гражданами мира достаточно единодушного морального возмущения по поводу явного пренеб-

режения запретами на применение силы и массовых нарушений прав человека. Мы видим, что необходимые в данном случае коммуникативные структуры мировой общественности уже находятся сегодня в стадии зарождения (*in statu nascendi*); уже вырисовываются также культурные диспозиции для единодушных моральных реакций в масштабах мира» [6, с. 74]. Однако обнаруживается вторая составляющая этой коллизии, которая одновременно есть безусловная основа европейской идентичности, но в современных условиях выступает фактором, осложняющим формирование единой новой европейской общности. Это всё та же социально-политическая, моральная культурная память и основанная на ней солидарность граждан национальных государств, когда «еще не ослабла разделяющая сила национальных историй и исторического опыта. Эта сила прорезает европейскую почву, как геологические разломы» [6, с. 75].

Следовательно, уважение, тактичность к памяти, культурно-политическому, социальному прошлому каждого европейского народа, а также признание их безусловного влияния на формы поведения и жизнь современности, позволяет Ю. Хабермасу обосновать идею единой Европы, принципы её интеграции, стратегию «Европы разных скоростей». Только так происходит преодоление, но не варварское уничтожение, национальных границ и выстраивание наднациональной общности и надгосударственного образования нового типа, когда «признание различий – взаимное признание другого в его инаковости – может стать отличительной чертой общей идентичности» [6, с. 44]. Именно на этой основе на знаковый вопрос, который Ю. Хабермас сформулировал и поставил и себе, и европейским политикам, и простым гражданам, как провокационно-риторический вопрос: «Нужно ли формировать европейскую идентичность и возможна ли она?», он даёт утвердительный ответ. Обоснованием этого ответа служит уверенность в том, что возникшая и становящаяся через наш жизненный опыт и с помощью его, кардинально нового типа «структура государственно-гражданской солидарности не создает никаких препятствий для ее возможного распространения за пределы национальных границ. Разумеется, растущее доверие – не только *следствие* формирования общей политической оценки и общей воли, но и их *предпосылка*. До сих пор европейское объединение происходило в форме циркулярного процесса. И сегодня путь к углублению демократических основ Союза и необходимому взаимному сплочению общественности разных наций определяется *уже накопленным* капиталом доверия» (курсив автора – Э.Ш.) [6, с. 75].

### *Литература*

1. Абрамова, Е. В. Публичная сфера городское пространство и новые медиа / Е. В. Абрамова // *Философский журнал*. – 2012. – № 2. – С. 79-86.
2. Петиция французских деятелей и интеллектуалов в поддержку проевропейского движения в Украине // «Дух і Літера». [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://ru.duh-i-litera.com/petitsiya-frantsuzskih-devateley-i-intellektualov-v-podderzhku-proevropeyskogo-dvizheniya-v-ukraine/>
3. Современная западная философия. – Москва: Издательство политической литературы, 1991. – 414 с.
4. Сосна, Н. Неспрошенные: интеллектуалы и медиа. Рецензия на книгу «Ах, Европа: небольшие политические сочинения, XI». / Н. Сосна // *Московский книжный журнал* [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://morebo.ru/tema/segodnja/item/1348477640036>
5. Хабермас, Ю. Ах, Европа. Небольшие политические сочинения. / Ю. Хабермас // Пер. с нем. Б. М. Скуратова. – Москва: Издательство «Весь мир», 2012. – 160 с.
6. Хабермас, Ю. Расколотый Запад / Ю. Хабермас // . Пер. с нем. О. И. Величко и Е. И. Петренко. – Москва: Весь мир, 2008. – 192 с.

**Виктор Шимолин**

*Белорусский государственный университет*

## **КИТАЙСКАЯ ФОТОЖУРНАЛИСТИКА: КОГДА ИСТОРИЯ ПРЕДСКАЗЫВАЕТ БУДУЩЕЕ**

Искусство светописи дает нам яркое и незабываемое представление об окружающем мире. Внутреннее содержание кадра определяет взгляд фотографа, который из множества мгновений выбрал наиболее типичное и значимое. Говорят, что искусство интернационально. Действительно, восхищаясь увиденным, мы ощущаем мировоззрение, воспитание и культуру мастера. Однако национальные традиции, чувства и вкусы также влияют на творческий фотографический процесс и его результат.

Появление фотографии, а затем и фотожурналистики в Китае, одной из самых загадочных и густонаселенных стран мира, – значительная, хотя и отдельная строка в истории его периодической печати. Переселившись из Европы, фотография приобрела здесь особый национальный колорит, который проявляется в художественных и документальных фотоработах, размещенных на страницах периодической печати. Сравнительно недавно фотографии китайских мастеров достигли Европы, и этот факт не остался незамеченным. Представленные на европейских вернисажах, они заняли достойное место среди произведений европейских и американских коллег, не уступая им по художественным

достоинствам, реалистичной манере письма, оригинальности взгляда на мировые катаклизмы.

В отличие от европейской, истоки китайской фотографической школы теряются в глубине столетий. Так утверждают китайские исследователи. Доказательством служат такие неоспоримые факты, как повсеместное использование кисти, туши и бумаги при гравировании рисунков с деревянного клише. В древней китайской философии и живописи, утверждают местные ученые, «вечный поток существования и становления обыденных явлений считался главным и наиболее важным объектом живописи, он же является главным интересом и современной фотографии и фотожурналистики» [1, с. 63]. По мнению Сунь Фэна, визуальные средства передачи информации, возникшие в Поднебесной, способствовали развитию цивилизации, а «знаковые особенности древней коммуникации влияли на выбор тем и композиционное построение сюжетов, оказывали и оказывают воздействие на современную фотожурналистику, помогают формировать образ Китая» [2].

Изучением истории, теории и практики визуальной коммуникации своей страны в последние годы усиленно занимаются видные китайские культурологи. Пособие по фотожурналистике издал в 2003г. Шэн Сигуй. Из-под пера Фан Ханьци в 2006г. вышла объемная «Общая история журналистики Китая»; эта же тема раскрыта в сборнике Ма Юньцзэна, Чэн Шэнья, Ху Чжичуаня и др. в сборнике «История китайской фотографии 1840 – 1937 гг.». Цзян Цишэн около 300 страниц своего труда посвятил теме 150-летия фотожурналистики. В издательстве «Китайская фотография» в 2006г. вышла книга Сюй Линя «Фотожурналистика в эпохе чтения картины».

Труды названных авторов способствовали раскрытию и изучению проблем современной фотожурналистики Китая. Каждый из них может считать себя первопроходцем, поскольку в минувшем веке каких-либо серьезных исследований по проблемам китайской фотожурналистики не проводилось, а европейские ученые в силу множества обстоятельств обходили вниманием творчество своих азиатских коллег. Вариативность мнений нового времени позволила дать объективную характеристику визуальному образу страны, сформировать ее привлекательный имидж.

Неоспоримым фактом, застолбившим день рождения китайской фотожурналистики, ее исследователи признают первый фоторепортаж о церемонии открытия железной дороги Шанхай – Цзян Уан, состоявшейся 1 июля 1876г. Будем считать этот эпизод отправным в ее истории, началом первого периода, который охватывает 1876 – 1919 гг. Помимо значимого события в железнодорожном строительстве, отраженного в

периодической печати, он ознаменован также выпуском в 1893г. первых иллюстрированных публикаций криминальной хроники в газетах 1906-1907 гг. Публикуемые здесь иллюстрации сопровождались соответствующими текстами и оперативно завершались в номер. Подобные материалы имели характерные признаки и особенности жанров фотожурналистики. В китайской печати к этому времени уже внедрилась технология растровой фотографии, которая сделала ее действительно массовым продуктом. Журнал «Свет» стал первым образцом фотопериодического китайского издания, выходившим в 1907г.

Второй период китайской фотожурналистики (1919 – 1937) отразил наиболее значимые события экономической и политической нестабильности, царившей в обществе. Максимальное внимание читателей привлекали печатные издания, публиковавшие новости и сводки, поскольку в них население искало ответы на жизненно важные вопросы, на выход из экономического тупика. Фотографии заняли прочное место в газетах, выходивших массовыми тиражами. Китайские фоторепортеры, что заметно по манере «письма», черпали у зарубежных коллег ценный газетный, фотографический и полиграфический опыт. В печати наметилось расширение тематики событий, отраженных с помощью фотографии.

Третий период (1937–1947) вместил предвоенные и военные годы, в течение которых фотожурналистика Китая рисовала объективную картину жестокой японской оккупации. Среди фотографов документалистов этого времени выделились Ван Сяотин, Ша Фей, Ши Шаохуа и У Иньсянь, отражавшие реальную жизнь без прикрас. Их работы несли народу правду, укрепляли веру в скорую победу над японским агрессором. Произведения этих фотожурналистов и по сей день являются ценными историческими документами, а с эстетической точки зрения обладают еще и художественной ценностью. После начала реформ китайские СМИ сумели перестроиться, обратившись к интересам зрителей и читателей.

Четвертый период (1947 – 1967) включает время от создания Китайской Народной Республики до начала «культурной революции». Этот промежуток времени отмечен расширением пропагандистской функции журналистики, доминированием идеологических догм компартии, забвением принципов объективности и правдивости.

Пятый период (1967 – 1976) приходится на время «культурной революции», драматические события которой приостановили экономическое, научно-техническое и культурное развитие страны. Во время «большого скачка» китайская фотожурналистика становится инструментом маоистской пропаганды, волюнтаризма и орудием политической борьбы. Однако фотографии, даже тщательно отретушированные,

реально отражали драму времени, а впоследствии стали важными документальными свидетельствами драматической и противоречивой политической борьбы. Характерными примерами могут служить «контрреволюционные» работы фотожурналистов Ли Чженьшена и Тан Дабая, отражавших реальную жизнь китайского народа.

Шестой период (1976 – 2008) совпал с переходом страны к рыночной экономике. Фотожурналистика стала составной частью культурного развития страны, вернулась к выполнению присущих ей задач отражения социальных и экономических преобразований, демонстрации национальной самобытности, самосознания и культурного ренессанса с целью формирования позитивного образа страны в международном сообществе. Основной целью правящей партии стало получение политической и экономической поддержки мирового уровня.

Седьмой период (2008 – по настоящее время) можно признать временем осмысливания прошлого с позиций реалий современного научно-технического и культурного прогресса. Это явление наиболее ярко прослеживается в творчестве китайского фотографа Венг Фена (р.1961), который путешествовал по прибрежным городам, чтобы «убедиться в ускоренном развитии капитализма и создании новых бликов этих городов» [3, с. 503].

Китайская фотография и фотожурналистика продолжают завоевывать Европу. Для национального фотографического сообщества это явление новое, что, собственно, и наблюдается в иллюстрировании влияния экономических отношений, в том числе и вещиизма на сознание простого человека. Современная китайская фотожурналистика, несмотря на зрелый возраст, немного «запаздывает» от европейской. Нет, она не становится от этого хуже. Данное обстоятельство, как отмечено выше, лишь следствие ослабления в 70-х гг. идеологического прессинга компартии и развития творческой инициативы. Наиболее ярко эта тенденция прозвучала во время проведения летних Олимпийских игр 2008г. в Пекине, когда китайская фотожурналистика широко пропагандировала облик отечественных спортсменов, помогла своим атлетам укреплять веру в собственные силы, раскрывала европейцам жизнь Китая и демонстрировала местный патриотизм. В этом явлении отражается стремление фотографов Поднебесной наверстать упущенное, сохранить творческое наследие прошлого и внедрить его в современное искусство.

#### *Литература*

1. Гуртовая, Е. Современная фотожурналистика и основные принципы даосизма / Е. Гуртовая, Ш. Цзян // Журналистика-2014: стан, проблемы і перспек-

тывы : матэрыялы 16-й Міжнар. навук.- практ. канф., 4-5 сн. 2014г., Мінск / рэд-кал. : С. В. Дубовік (адказ. рэд.) [і інш]. – Вып. 16. – Мінск : БДУ, 2014. – 569 с.

2. Сунь Фэн, Китайская фотожурналистика как важное средство создания объективного образа Китая: диссертация ... кандидата филологических наук : 10.01.10 / Сунь Фэн; [Место защиты: Моск. пед. гос. ун-т] – Москва. - с. ил. Москва, 2010. – 99 с.

3. Фотография. Всемирная история / Под ред. Д. Хэкинг. – Пер. с англ. – М. : ООО «Магия», 2014. – 576 с. ил.

**Эль-Сир Халид**

*Белорусский государственный университет*

## **ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА СУДАНА ПО ИНФОРМАЦИОННОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ СТРАНЫ**

Исследования идеологических и политических направлений и процессов государственного обеспечения страны информационными потоками и моделей массово-информационной деятельности редакционных коллективов всех субъектов СМИ в современный период социально-исторического развития Судана дает основание сделать вывод о том, что ключевым звеном в регулировании многофункциональности национальной медиасферы является президент – бригадный генерал Омар Хассан Ахмад аль-Башир [1, с. 3]. Опираясь на многочисленные законодательные акты, директивы, декреты, постановления, решения и другие документы, он ориентирует, направляет, централизованно планирует и непосредственно осуществляет идеологическую, политическую, социальную, коммерческую направленность функционирования всей системы медиaprостранства в стране.

В одной из директив, например, «Пресса и государство», обнародованной еще в начале XXI столетия, подчеркивается, например: 1) президент данной ему властью определяет магистральные цели, задачи, кодексы, статусы и функции массмедиа; 2) президент является гарантом осуществления государственной политики по информационной безопасности страны; 3) президент регулирует через соответствующие законодательства планирование, ресурсы, владения, ограничения медиасодержания фактов действительности [2, с. 2-3]. К большому сожалению, как в этом, так и в других подобных законодательных актах, обращенных непосредственно к главе государства, ничего не говорится о таком важнейшем сегменте СМИ, как свобода.

Контент-анализ истории становления и развития национальной журналистики начинается с выхода в свет первого периодического из-

дания в стране «Газеты Суданийя». До настоящего времени борьба за ее функционирование в нашем обществе никогда не затихала, наоборот, приобретала все новые и новые формы ожесточённого противостояния власти и специалистов-практиков. Весьма обнажилась эта борьба сейчас, когда печатная, эфирная и электронная пресса должна оказывать власти все более существенную помощь в умиротворении политического кризиса в стране, вызванного межнациональными конфликтами.

Вторым по значимости звеном в определении правовой политики обеспечения государства безопасности в области информации, а также регулирования механизмов массово-информационной деятельности редакционных коллективов и интегрирования потоков фактов, идей и мнений в общественный процесс является Совет Министров Судана (в его состав входит и небольшое Министерство информации). Как и президент, он имеет по сути только подконтрольную главе государства управленческую власть над всеми субъектами национальных СМИ. Стремление к управлению, организации, контролю и другому участию правительственных структур во многих сферах информационного обеспечения государства зафиксировано в специальных законодательных документах («О лицензиях», «Инструкция о праве собственности на СМИ», «О правах и обязанностях редакций», «О праве на публикации» и т. д.). Суммируя их содержание, политическую и практическую направленность, можно сделать вывод о том, что суть этих законодательных документов сводится к следующему: 1) правительство осуществляет строгий и постоянный контроль исполнительной вертикальной власти за выполнением всех решений, постановлений и директив о СМИ Совета Министров Судана; 2) Совмин разрабатывает и интегрирует через структуры правоохранительных, исполнительных и других организаций целевые программы по регулированию информационного обеспечения государства; 3) члены правительства выявляют и немедленно реагируют путем привлечения правоохранительных органов на нарушения по искажению фактов действительности, идеологии, политики правительства, также толкованию в уродливом ракурсе деятельности и личной жизни президента, его окружения; 4) Совмин планирует и распределяет принципы владения (собственности) субъектов СМИ, права и обязанности юридических, а также физических лиц; 5) Совет Министров осуществляет координацию и согласованную массово-информационную деятельность редакций во время вооруженных межэтнических, межнациональных и межконфессиональных конфликтов, а также проведения важных государственных форумов, политических, экономических, социальных и культурных акций; 6) Совмин создает целевые межведомственные комиссии, а также комиссии на государст-

венном уровне для тщательной проверки, анализа и принятия ограничительных, а также других мер юридического характера к субъектам СМИ, наносящих ущерб информационной безопасности государства.

Эти постулаты – наглядное свидетельство того, что правительство, его политика и практика деятельности по отношению к СМИ не являются изъявлением воли общественности, а, наоборот, аппаратом по лишению его законного права на получение и распространение по своему усмотрению социально важных фактов, идей, мнений и суждений. В документах и мероприятиях Совета Министров Судана также, как и в президентских законодательных актах, нет и слова о свободе СМИ, правовой защите журналистов, устранении цензуры, морального, нравственного и физического преследования неугодных корреспондентов, редакторов, издателей и учредителей [3, с. 2]. Особую опасность для сбора, компоновки, целенаправленной систематизации и непосредственно творческой работы над рукописями специалистов-практиков представляют так называемые комиссии, создаваемые на государственном уровне из числа сотрудников правоохранительных органов для «фронтальной» проверки и принятия карательных мер к тем субъектам СМИ, которые «наносит ущерб информационной безопасности страны. Надуманные, лживые обвинения, как правило, подпольных или полуподпольных оппозиционных периодических изданий, обычно подтасовывались под политические, а также другие инсинуации против редакторов и корреспондентов. Толкование того или иного правительственного постановления, независимое комментирование фактов, изложенных в этих постановлениях, вызывает злобу у членов комиссий и дает им основание для принятия мер, – пишет, например, газета «Арай аль-Ам». – Таким образом, правительственные чиновники насильственно навязывают редакциям свои нормы и модели формирования информационных потоков, лишая права каждого гражданина нашей страны распространять и получать по своему усмотрению актуальные новости» [4, с. 3].

Аналитическая интерпретация, сопоставления и противопоставления правовых документов Совета Министров о СМИ и деятельности комиссий дает основание сделать вывод о том, что основная их цель – узаконить в национальной медиасфере беспрепятственное функционирование вертикального потока информации, который, как правило, формируется властными структурами различного уровня. При этом особо следует подчеркнуть, что такой поток интегрируется в общественный процесс в одном направлении – сверху вниз, то есть создается на разных уровнях властью для распространения потребителями на местах. Таким образом создается, на наш взгляд, сложнейшая проблема диверсификации обеспечения государства социально важными новостями и

прочной гармонии между производителями и потребителями таких новостей, а также вакуума живого диалога общественности и СМИ. То есть на деле осуществляется практика насыщения массмедиа, контролируемых меньшинством, такими потоками новостей, которые отвечают интересам власти. Такая высокоцентрализованная практика резко ограничивает, как правило, поступление в информационное пространство горизонтального потока актуальных новостей, то есть тех событий и мнений, которые происходят и формируются непосредственно на местах в общественной среде. Такие новости вытесняются официальными, скучными и монотонными публикациями различного рода министерских директив, постановлений, циркуляров, декретов, указов, протоколов заседаний, отпугивающих рядовых читателей [5, с. 1-2]. Так, например, контент-анализ идейно-тематического содержания ведущей ежедневной газеты Судана «Ас-Сахафа» и популярного еженедельника «Аль-Кувват аль-Мусалляха» показал, что в среднем 2-я, 3-я и 4-я страницы этих изданий заполнены проблематикой, исходящей из канцелярий президента и Совета Министров. Причем, о модернизации, то есть о непосредственно журналистском профессиональном вмешательстве в обработку текстов таких поступлений в редакцию речь не идет. В лучшем случае, если они объемны, занимают большое место в газете и не представляют для общественности никакого интереса, то они могут быть значительно сокращены.

Имеет ли такого рода информация отношение к профессиональной журналистике? И какова социальная позиция в этой связи творческих сотрудников редакций? С такими вопросами мы обратились к специалистам-практикам правительственного информационного агентства – Судан ньюс эйдженси (СУНА), а также официальных периодических изданий «Аль-Альба», «Аль-Астам» и «Аль-Инказ». Всего было опрошено 57 журналистов. Большинство из них сказали, что такая информация и отношение к ней главных редакторов, а также рядовых журналистов дискутируются на протяжении десятков лет. В ее основе, с одной стороны, находится невозможность игнорирования сообщениями сверху, поступающими в большом объеме практически ежедневно во все субъекты СМИ, ведь они являются самым надежным источником взаимодействия общественности и правительства. Полное исключение редакциями таких сообщений приведет к невозможности диалога правительственных чиновников с широкой общественностью, изоляции и открытости работы всего аппарата Совета Министров. В конце концов, этот процесс может привести к трудноразрешимым проблемам государственного значения – сужению диверсификации информационного обеспечения страны фактами, которые оказывают мощное идеологиче-

ское, политическое, экономическое и социальное влияние на развитие всего общества в целом.

Все единодушны в том, что этот императив тесно увязывается в общую политику редакции по отношению к вертикальному потоку новостей и благосклонному отношению главных редакторов к таким потокам. С другой стороны было высказано также согласованное мнение (15 сотрудников) о том, что новости, идущие сверху вниз, имеют лишь косвенное отношение к вопросам профессиональной этики, называемой в настоящее время в европейских странах и США «деонтологией» [6, с. 2]. Поэтому в редакциях «Аль-Анба», «Аль-Инказ» и СУНА не выработан до настоящего времени единый этический кодекс, который координировал бы позицию (политическую и профессиональную) к этой щекотливой проблеме. Хотя, как известно, именно этот кодекс должен быть в центре незатихающих дискуссий по фундаментальным проблемам и координации, в том числе и мнения специалистов-практиков относительно модификации вертикального потока сообщений Совета Министров с целью его объективности, а также взаимозависимости с судьбоносными социально-историческими процессами, происходящими в стране.

Остальные опрошенные 20 журналистов, в том числе 4 женщины, заявили, что главное в новостях, которые интегрируются правительством сверху вниз, не допустить на полосы газет, СУНА и других средств массовой информации фактов и идей, которые могут унижить и оскорбить достоинство, а также национальные традиции нашего народа, тенденциозные расистские выпады против негроидных племенных меньшинств, сохранивших первобытнообщинные семейные и общественные отношения. Этим и другим целям, то есть всячески способствовать концентрации профессиональных ресурсов для широкого участия общественности в обсуждении и выполнении планов Совета Министров, должна, прежде всего, служить современная суданская журналистика. При этом упор делался всеми 15 опрошенными на нейтральное отношение к вертикальному потоку,

Приведенные нами данные социологического опроса специалистов-практиков СУНА, «Аль-Анба», «Аль-Астам» и «Аль-Инказ» дают основание сделать вывод о том, что в редакциях этих субъектов суданских СМИ нет единой политической позиции к вертикальному потоку информации. Хотя их объединяет одна весьма важная закономерность. Все творческие сотрудники проникнуты одним благородным стремлением: государственная политика по информационному обеспечению страны должна основываться не только в одном направлении сверху вниз, но и наоборот, снизу вверх, в целях изменения существующего в настоящее

время информационного пейзажа, окрашенного, к сожалению, в один цвет, а не разные. В этом отношении можно привести факты о том, что правительственная информация никогда не поступает в оппозиционные, тем более подпольные периодические и непериодические печатные издания. Такая практика сложилась в Судане давно и зародилась еще в колониальный период социально-исторического развития страны, как справедливо подчеркивает журналист Эль-Гбайте Мустафа в статье «Корни прошлого обструкционизма» [7, с. 6]. Основной причиной этому, как показывает исследование фактов, является законодательная практика правительства по отношению к оппозиции вообще и прессы, которая не желает служить ему в связи с вмешательством чиновников в механизмы массово-информационных потоков, а также ограничения по свободному обмену мнениями и идеями. Отдельные публикации постановлений, решений и других документов Совета Министров на страницах «Аль-Вифак», «Аль-Аестам», «Аль-Сиаса», «Аль-Мидам», «Абхар Эльюм», «Аль-Исбую» и «Аль-Интибаха» обычно значительно сокращаются, подтасовываются под независимое, критическое мнение. Все такие публикации сопровождаются политическими комментариями, в которых не только отрицаются многие факты, но и приводятся примеры того, что большая часть особенно городского населения отказывается от стереотипного мышления и слепого следования тем постулатам, которые правительственные чиновники пытаются внедрить в сознание миллионов суданцев. Особенно острые противоречия возникают также и в моделировании фактов. Если государственные формируют свои мысли расплывчато и абстрактно, то журналисты оппозиционных газет – четко и конкретно. Это – основные, на наш взгляд, причины не поступления вертикального потока информации в оппозиционную прессу.

Анализ фактов правового регулирования медиасферы Судана, государственного обеспечения страны информационными потоками и их безопасности свидетельствует о значительном вкладе в этот сложный процесс Совета Безопасности, в состав которого входит и Совет по делам печати и публикаций, созданный президентом страны сразу же после прихода к власти 30 июня 1989г. Основные функции СБ были сформулированы и определены в специальном постановлении еще в прошлом веке и остались неизменными до настоящего времени [8, с. 2], что свидетельствует о его консерватизме и бюрократизме в принятии конкретных решений. В этом постановлении основные функции Совета Безопасности сформулированы следующим образом: 1) разрабатывает целевые программы и рекомендации президенту страны для создания им руководящих директив и обоснования принятия планов на высшем уровне по защите информационной безопасности, а также попыток про-

вести денационализацию медиасферы; 2) координирует информационные потоки в соответствии с реализацией принятых президентом решений по информационной безопасности, а также выявляет и дает правовую оценку нарушениям, искажениям, а также злоупотреблениям идеологического и политического характера, косвенно или открыто направленным против медиасферы Судана; 3) разрабатывает функции, права и обязанности законодательных и исполнительных организаций по осуществлению их практической деятельности в сфере контроля как на национальном, так и международном уровнях тех направлений информационного обеспечения, которые могут представлять угрозу безопасности медиапространства страны; 4) несет прямую ответственность перед президентом и правительством за неизбежность и организацию охраны информационного пространства на государственном уровне.

Внимательный анализ этих формулировок позволяет сделать неутешительный вывод о том, что их идеологическое и политическое содержание является неконкретным, обтекаемым и расплывчатым. Дело в том, что ни в одной из этих формулировок не определен конкретный объект, кто представляет угрозу информационной безопасности национальной прессы? Агенты иностранных разведок США и НАТО, диверсии печатных, эфирных и электронных СМИ сопредельных Судану государств или же оппозиционные партии, профсоюзы, молодежные, конфессиональные и другие организации? На наш взгляд, такие обтекаемые формулировки разработаны и внедрены в планы информационно-пропагандистских структур государства для массивного контроля массово-информационной деятельности редакций по формированию информационных потоков, так и тех новостей, которые ежедневно интегрируются в суданское общество из-за рубежа. Недаром оппозиционная газета «Арай аль-Ам» писала в одном из своих номеров о том, что Совет Безопасности представляет собой наиболее опасный карающий очаг прессы: «Вынесенные им решения никогда не рассматривались в судах или профессиональных журналистских инстанциях. Под покушением на государственную информационную безопасность подтасовывался даже сбор фактов специалистами-практиками на отдельных объектах общественного цикла, медицинских, учебных и научно-исследовательских заведениях» [9, с. 6].

Контент-анализ фактов деятельности членов СБ по защите национального медиапространства и правового обеспечения нашего государства информационными потоками показывает, что они никогда не проводят открытые форумы, пресс-конференции, а также дискуссии о важнейших проблемах функционирования прессы в обществе, начиная от специфичности массово-информационной работы и заканчивая прагма-

тическим интегрированием фактов, идей и мнений в читательскую аудиторию. «В нашу задачу не входит публичная отчетность о функциональных обязанностях, тем более планах, которые в большинстве являются секретными, – заявил, например, один из членов Совета Безопасности полковник Камель Хассан Агбеде. – Наши основные цели и задачи и так всем предельно ясны. Стоять на защите интересов страны в важнейшей сфере национального масштаба безопасности в мирное время – непрерывного информирования населения, отвечающего основным его потребностям. <...> Мы трудимся под патронажем президента и подотчетны только ему одному» [10, с. 5].

Кто же в таком случае представляет серьезную опасность для нормального обеспечения страны информационными потоками и безопасности многофункциональности идейно-тематического содержания этих потоков? С этим вопросом мы обратились к специалистам-практикам таких проправительственных печатных изданий, как «Аль-Судан аль-Хадис», «Аль-Кувват аль-Сусаллаха», а также СУНА. Всего опросу были подвергнуты 49 журналистов различного профессионального и должностного уровня. После суммирования их ответов мы пришли к выводу о том, что большинство из них считают виновными во многих бедах оппозиционные печатные издания, которые, особенно в последнее время, не только резко критикуют подавляющую часть официальных государственных документов, но и открыто призывают к координации и согласованности населения в противодействии этим документам, а также многим другим мероприятиям чиновников в идеологической, политической, экономической и других сферах развития страны. Остальные настоятельно отстаивают мнение о том, что Совету Безопасности необходимо срочно ограничить источники получения и сбора вредных, оскорбляющих достоинство фактов о традициях, культуре, семейных нравах и полуфеодалных традициях хомранов, шиллуков и других племен, которые в ответ вынуждены братья за оружие и при его помощи решать все щекотливые проблемы. При этом они считают, что деление СБ, другими органами власти журналистики Судана на два противоположных сегмента – официальную и неофициальную, оппозиционную – является пустым доктринерством. Такое деление – печальное наследие колониального владычества в стране английских и египетских завоевателей, поэтому данная практика должна быть немедленно ликвидирована как несостоятельная и крайне порочная.

Данный фактор свидетельствует и о том, что в Судане, как, кстати, и в прошлые времена, отсутствует элементарная свобода печати, открыто ущемляются права граждан на беспрепятственное получение и распространение социально важных фактов. В то же время буквально все

19 сотрудников СУНА считают, что основная опасность безопасности информационному пространству страны, также непосредственного правовому обеспечению населения новостями исходит не от внутренних факторов, а от внешних. При этом они ссылались на то, что ежедневно по электронной почте, другим каналам они получают десятки, а то и сотни материалов различных жанров, информагентств США и стран НАТО, в которых до неузнаваемости искажаются события, происходящие в Судане. Если бы такие сообщения не просеивались и не отвергались специалистами-практиками, а беспрепятственно интегрировались в национальное информационное и коммуникационное пространство, то все усилия на его защиту были бы сведены до минимума. Особую активность такого плана проявляют в последнее время как информационные агентства, так и отдельные корреспонденты сопредельных Судану государств Африки – Мали, Чад, Камерун, Нигерия, Того, Гвинейская Республика, Египет, Гвинея-Бисау, Эфиопия, Эритрея, Сомали. Откровенный шантаж и призыв к вооруженной борьбе мусульман с католиками и православными, кочевников багтаров с нуэрами, банийцев с азандийскими племенами практически ежедневно интегрируется в суданское общество, вызывая в разных его частях обостренные, долго немолкающие вооруженные конфликты.

Среди основных причин безопасности национального пространства журналистами СУНА были также названы аккредитованные правительством страны иностранные корреспонденты – американцы, англичане, французы, немцы и итальянцы, которые распространяют в мировом информационном пространстве крайне негативные факты о событиях на всей территории страны. В этой связи редакционный коллектив газеты «Аль-Акуват аль-Мусаллах» («Вооруженные силы») справедливо, на наш взгляд, подчеркивает, что учреждение президентом в Судане такой организации, как Совет Безопасности, закономерно и крайне необходимо в связи с развязанной информационной войной спецслужб многих государств против нашей миролюбивой страны: «Соответствующие указания и правовые требования СБ по зачистке от зловонного мусора нашей медиасферы – это необходимая и пока единственная мера от денационализации суданской журналистики, вытеснения ее из мирового информационного и коммуникационного пространства, полного и окончательного уничтожения. СБ не должен допустить этого позора...» [11, с. 2].

Таким образом, проведенный социологический опрос журналистов газет «Аль-Судан аль-Ходис», «Аль-Кувват аль-Мусаллах» и СУНА дает основание сделать вывод о том, что деятельность СБ по защите безопасности медиасферы Судана и обеспечения государства информационными потоками весьма и весьма необходима, оправдана и имеет

юридическое право на существование. К сожалению, приходится констатировать, что как Совет Министров, так и Совет Безопасности, никогда в своей практической деятельности не упоминают о том, что одной из основных и самых существенных причин сохранения незыблемости и безопасности национальной медиасферы, особенно в современных условиях нестихающих идеологических диверсий против политики президента Омара Хасана Ахмеда аль-Башира, является демократизация СМИ. Важно также обратить самое серьезное внимание на становление, развитие и развертывание деловой, предметной конкуренции между правительственными и оппозиционными печатными изданиями (оппозиционного телевидения и радиовещания в настоящее время в Судане не существует) по таким важнейшим проблемам, как идеология, политика, экономика, культура, а не соперничество и явное ущемление прав и обязанность тех журналистов и редакций в целом, которые в нелегких условиях подполья выполняют возложенную на них обществом миссию.

Признанный нормативной структурой, активно участвующей в процессе обеспечения государства информационными потоками и осуществляющей контроль массово-информационной деятельности всех субъектов СМИ, является также однопалатное Народное собрание, которое избирается всеобщим голосованием на четыре года и состоит из 250 депутатов, 25 из которых назначаются непосредственно самим президентом. Важность этой структуры заключается, прежде всего, в том, что она: 1) осуществляет создание в стране прочной законодательной базы; 2) утверждает на основе конституции законы о печати; 3) принимает положения об издательской деятельности; 4) законодательно утверждает государственную собственность на средства массовой информации; 5) осуществляет планирование и распределение финансовых ресурсов для проправительственных печатных изданий, телевидения и радиовещания; 6) предотвращает при помощи распространения различного рода законодательных документов проникновение в информационные потоки искаженных взглядов, а также злостной пропаганды против президента, его окружения и политики государства в целом; 7) осуществляет строгий контроль практически всей прессы страны, начиная от центральных печатных изданий, редакций телевидения и радиовещания и оканчивая региональными, районными, а также многотиражными субъектами СМИ.

Анализ конкретных фактов дает основание сделать вывод о том, что ни одна государственная структура власти не проводит столь масштабное управление и ориентирование содержания информационных потоков в соответствии с ориентацией на политику власти, как это делает Народное собрание через свои многочисленные структуры [12, с. 3].

«Особенно страдает от назойливого контроля и вмешательства депутатов низшего звена провинциальная пресса в лице печатных изданий. Депутаты, как правило, присутствуют на перспективном, ежеквартальном, ежемесячном планировании и даже планировании специальных президентских номеров газет, буклетов и рекламных вкладышей или страниц, – пишет оппозиционная газета «Аль-Интибаха». – Дело доходит до абсурда, когда депутаты зачастую определяют для печати, какие правительственные документы публиковать без изменений и сокращений, какую внутриведомственную политику проводить редактору, а какую нет.» [12, с. 3]. Эти факты – наглядное свидетельство манипулирования массмедиа страны, особенно низовыми структурами Народного собрания, в своих интересах, которые лишь изредка совпадают с событиями, происходящими непосредственно в регионах. Тщательный контент-анализ, например, проблематики «Ханика» («Правда»), «Аль-Надаа» («Призыв»), «Ан-Нахар» («День») и «Аль-Хайят» («Жизнь») показал, что на их полосах редко когда затрагиваются такие острые проблемы в повседневной жизни, как голод, нищета, отсутствие должного медицинского обслуживания населения, ведущего полуфеодалный, кочевный образ жизни, низкий уровень образования, социальной помощи среди племен динков и бари. Ничего не говорится о других недугах и пороках нашего общества, закостенелом сохранении пережитков недавнего колониального прошлого.

Естественно, в этом отношении правительство делает многое, о чем пишут, например, газеты «Аль-Расид» («Баланс»), «Аль-Сабаа» («Утро»), «Дар-эс-Саламе» («Мирный дом»), «Аль-Дауа» («Приглашение»), «Аль-Аниток» («Полоса»). Но благодаря депутатам нижнего звена, которые не хотят, как говорят, выносить мусор со двора, они никогда не пишут о том, что многие жители племен провинции Дарфур и сегодня проживают в хижинах из картона, хвороста, жести и полужелезянок. К большому сожалению, уполномоченное Народное собрание депутатов и их коллеги на местах даже не делают попыток на законодательной базе раз и навсегда решить вопросы об освобождении национальной журналистики от излишней опеки, контроля, диктата и политического давления на прессу с целью создания односторонних потоков информации, обслуживающих не широкую общественность, а вертикальную власть. Они держат свободу печати за огромным замком, не позволяя никому открыть его.

Проведенный нами анализ моделей государственного обеспечения информационными потоками Судана дает основание сделать следующие выводы:

– в современном Судане создана широко разветвленная система управления и организации контроля, что оказывает существенное влияние на моделирование ими действительности, специфику сбора, компоновки, систематизации, обработки фактов, идей, мнений и суждений и интегрирования их в общественный процесс;

– правовое регулирование медиасферы Судана по информационному обеспечению населения происходит в условиях жесткого контроля и централизованного управления президентом, Советом Министров, Советом Безопасности, другими структурами власти, что вызывает острую конфронтацию в обществе и обостряет политическую ситуацию в медиасфере;

– иерархическое управление информационными потоками, модели этого управления по силовому давлению на специалистов-практиков, редакционных коллективов фактически полностью подчиняют диктату все основные функции, статусы и кодексы СМИ;

– сопротивление стандартизации практикуемых властью форм контроля массово-информационной деятельности по формированию информационного пространства и правового регулирования обеспечения государства социально важными фактами действительности оказывают оппозиционные печатные издания, надеясь, что их голос услышит президент, Совет Министров, Совет Безопасности, депутаты Народного собрания и другие структуры власти, и в стране будет проведена демократизация в сфере массмедиа.

#### *Литература*

1. Хасан Мухамад Ульд аль-Карим. Концентрация контроля профессиональной деятельности редакций / Хасан Мухамад Ульд аль-Карим // Ас-Сиаса. – 2009. – 17 фев. – С. 5 (на араб. яз.).

2. Ред. комментарий. Пресса и государство / Ред. комментарий // Арай аль-Ам. – 2010. – 6 янв. – С. 2-3 (на араб. яз.).

3. Алмаз Теклемариам аль-Али. Будет ли у нас когда-нибудь свобода печати? / Алмаз Теклемариам аль-Али // Аль-Хайят. – 2011. – 12 сент. – С. 2 (на араб. яз.).

4. Осмин Хасан аль-Келебоэ. Ужесточение карательных мер / Осмин Хасан аль-Келебоэ // Арай аль-Ам. – 2013. – 21 авг. – С. 3 (на араб. яз.).

5. Эль-Дакурль аль-Едых. Правда за горами декретов / Эль-Дакурль аль-Едых // Арай аль-Ам. – 2013. – 7 апр. – С. 1-2 (на араб. яз.).

6. Каед аль-Сажих. За кулисами профессиональной этики / Каед аль-Сажих // Аль-Анба. – 2014. – 6 мая. – С. 2 (на араб. яз.).

7. Эль-Гбайте Мустафа. Корни прошлого обструкционизма / Эль-Гбайте Мустафа // Ахбар Эльюм. – 2014. – 15 янв. – С. 6 (на араб. яз.).

8. Ред. комментарий. О правах и обязанностях Совета Безопасности Судана / Ред. комментарий // Аль-Вифак. – 2013. – 1 авг. – С. 3 (на араб. яз.).

9. Фадл Азави аль-Филе. Интегрирование в Судан зарубежных новостей / Фадл Азави аль-Филе // Арай аль-Ам. – 2014. – 21 апр. – С. 6 (на араб. яз.).
10. Камель Хассан Агбеде. Откровения полковника безопасности / Камель Хассан Агбеде // Аль-Сиаса. – 2014. – 1 мая. – С. 5 (на араб. яз.).
11. Ред. комментарий. Необходимая организация / Ред. комментарий // Аль-Акуват аль-Мусаллаха. – 2011. – 15 фев. – С. 2 (на араб. яз.).
12. Абдулла Агеред. Структуры подавления прессы / Абдулла Агеред // Аль-Вифак. – 2014. – 7 апр. – С. 3 (на араб. яз.).
13. Кфури Бавазир. Когда дело доходит до абсурда / Кфури Бавазир // Аль-Интибаха. – 2013. – 28 янв. – С. 2 (на араб. яз.).
- 14.

**Надежда Юшкевич**  
*Газета “Звезда”,  
Минск, Беларусь*

### **ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ БЕЛОРУССКО- ВЕНЕСУЭЛЬСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ВЕДУЩИМИ ИЗДАНИЯМИ МЕДИАХОЛДИНГА «CADENA CAPRILES» (ВЕНЕСУЭЛА)**

Медиахолдинг (медиаимперия, медиаконцерн, медиагруппа, медиакорпорация) — холдинговая компания, владеющая значительным количеством медиаресурсов. Как правило, такая компания ограничивает свою деятельность приобретением пакетов акций (обычно контрольных) других компаний, и осуществляет посредством этого общее руководство данными компаниями. Такие объединения начали появляться с начала минувшего столетия. Как подчеркивает профессор МГУ Е. Вартанова, «наиболее явно эта тенденция проявилась в США, но необходимо отметить, что газетная индустрия и в других информационно богатых странах развивалась аналогичным образом» [3, с. 120]. Так, сегодня многие медиахолдинги становятся многопрофильными. Данная особенность отмечалась еще в начале XX века, когда газетные холдинги начали покупать акции радиостанций. А с середины минувшего столетия газетные корпорации постепенно начинают приобретать в собственность телевизионные и кабельные каналы. В последние годы газетные медиагруппы становятся мультимедийными и располагают значительным количеством подразделений, действующих в интернете и медиабизнесе. Е. Вартанова отмечает, что сегодня такие медиагруппы грамотно определять как «объединения с профилирующими или доминирующими интересами в газетной индустрии» [2, с. 92].

Медиахолдинг «Cadena Capriles» – один из крупнейших в Венесуэле. Он объединяет в себе газеты, журнал, радио, онлайн-ресурсы, в том

числе интернет-телеканал, издательство и типографию. История холдинга восходит к 1941 году, когда группа журналистов основала ежедневную газету под названием «Ultimas Noticias» («Последние новости»). Сегодня «Последние новости» являются самым популярным ежедневником в Венесуэле, за последние годы газета обогнала по тиражу бывших лидеров рынка печатных изданий Венесуэлы – газеты «Универсаль» и «Националь». Сегодня в медиахолдинге «Cadena Capriles» работает 1500 сотрудников [10].

В мае 2013 года данный холдинг был продан медиаконцерну Latam Media Holding (собственность корпорации Hanson Group, которая содержится за счет инвестиций из стран Америки, Европы и Азии), штаб-квартира его находится в голландском Виллемстаде. Сейчас «Cadena Capriles» является лидером среди медиа Венесуэлы, и вхождение холдинга в структуру другой медиакорпорации эксперты называют «возможностью усилить свое присутствие не только в Венесуэле, но и во всей Латинской Америке, а также в Европе» [21]. Приобретение международной корпорацией холдинга «Cadena Capriles» – самого крупного медиаконгломерата Венесуэлы – должно стать толчком к тому, чтобы данный холдинг стал самым влиятельным в своем регионе.

В настоящее время «Cadena Capriles» располагает не только ежедневной газетой с самым большим тиражом в Венесуэле, но и предлагает читателям ориентированный на семейную аудиторию журнал «Доминикаль», онлайн-телеканал для молодежи Planetaurbe.tv, газету «Лидер» для поклонников спорта и еще одно печатное издание – «El Mundo Economía y Negocios» («Мир экономики и бизнеса») – утреннюю ежедневную газету, которая предоставляет подробную информацию по темам макроэкономики, финансов, управления.

Поскольку «Cadena Capriles» – одна из крупнейших медиакорпораций Венесуэлы, а сотрудничество нашей страны с государствами Латинской Америки развивается достаточно динамично, целесообразно изучить, насколько часто СМИ холдинга обращаются к тематике венесуэльско-белорусского сотрудничества. Ранее нами уже было проанализировано освещение прессой Венесуэлы данной темы. Тогда мы отглаголивались от того тезиса, что «для стратегических партнеров, какими являются Беларусь и Венесуэла, немаловажным является налаживание информационных контактов» [4, с. 306]. На этот раз мы рассмотрим, каким сферам двусторонних отношений Венесуэлы и Беларуси отдают предпочтение печатные издания медиаимперии и какой характер носят опубликованные материалы.

Проанализируем представленность белорусско-венесуэльской тематики в газете «Последние новости». Данное издание регулярно публи-

кует материалы, в которых содержится информация о положении Беларуси в мире. Среди них можно встретить довольно большие аналитические статьи, посвященные политической позиции нашей страны в своем регионе, ее роли в создании нового интеграционного объединения – Евразийского экономического союза. В целом данное издание долгое время отдавало предпочтение освещению «политических событий, касающихся двусторонних отношений Беларуси и Венесуэлы» [4, с. 310]. Однако сегодня можно говорить о том, что интерес журналистов издания к Беларуси возрастает.

В начале 2013 года в газете вышел материал о том, что новый парк в белорусской столице будет носить имя Уго Чавеса. Заметка рассказывает не только о самом факте присвоения имени бывшего венесуэльского президента парку, но также затрагивает историю двусторонних отношений. Подчеркивается тот факт, что «Беларусь и Венесуэла кооперируются почти в сотне совместных проектов в таких различных областях, как коммунальное строительство, энергетика, сельское хозяйство, промышленность, наука, образование и другие» [17]. В январе вышла также заметка «Беларусь посвятила мюзикл Уго Чавесу» [5]. В ней подчеркивается, что впервые за всю историю Белорусского государственного музыкального театра будет представлен мюзикл на испанском языке. Беларусь упоминается и в числе прочих стран, с которыми были подписаны соглашения о поставках соевого масла, в заметке, посвященной импорту в Венесуэлу продуктов питания – «Импорт продуктов питания вырос» [12]. Таким образом, газета регулярно публикует материалы, касающиеся различных сегментов двустороннего белорусско-венесуэльского сотрудничества. Новые материалы, посвященные белорусско-венесуэльским отношениям, а также непосредственно Беларуси, появляются несколько раз в месяц. В большинстве своем они имеют информационный характер, тем не менее, встречаются и аналитические публикации.

Репортаж «Рабочие строек в Арагуа протестуют и перекрывают улицы», напечатанный в рубрике «Регионы» 10 декабря 2013 года, рассказывает о том, что белорусская компания-застройщик не выплатила зарплаты венесуэльским рабочим, в итоге они вышли на улицы с протестами [11]. Как известно, строительство объектов в Венесуэле белорусскими фирмами ведется на основе промышленно-кооперационного сотрудничества, поэтому конечным нанимателем рабочих является венесуэльская сторона [1, с. 6]. В репортаже отмечено, что рабочие обратились за разъяснением к руководству Большой жилищной миссии Венесуэлы, которая занимается обеспечением жильем всех нуждающихся в стране. Тем не менее, главным своим должником они называют бело-

русскую фирму. Мария Евгения Эрмосо, журналистка «Последних известий», подготовившая расследование, подчеркивает, что трижды она пыталась поговорить с официальными представителями белорусской фирмы и трижды ей отказывали, мотивируя это тем, что «не уполномочены общаться с прессой» [12]. Тем не менее, корреспондентка подает материал в объективном ключе, нападков на белорусскую сторону нет. В то же время, сотрудница «Последних известий» дает возможность высказаться людям, которые вышли на демонстрации.

Здесь важно отметить, что, если характеризовать общую подачу новостей, где упоминается Беларусь, а также сотрудничество Венесуэлы и Беларуси, то негативного отношения к нашей стране в материалах газеты нет. В то же время некоторые сегменты сотрудничества стали своеобразным источником метафор. Так, колумнист Роберт Эрнандес Монтойя, рассуждая о феномене политического садизма, упоминает, как ни удивительно, белорусское молоко в качестве национального достояния: «Садизм [оппортунистические движения] забирает молоко [формирует ценность], берет его и сливает в реку [обесценивает], чтобы пошатнуть положение правительства... И затем, если все-таки правительство возвращает молоко, – возьмем, к примеру, белорусское молоко, самое вкусное, которое я пробовал, – обратно, говорят, что оно насыщено радиацией. Это самый утонченный садизм»[16].

Значимое внимание на страницах газеты уделяется политическому кризису в Украине. Так, в январе 2014 года был опубликован материал под названием «Путин отказывается от интервенции в Украину», где, помимо сообщения о выступлении президента Российской Федерации перед прессой, рассказывается предыстория конфликта в Украине. Упоминается Вильнюсский саммит программы «Восточное партнерство» в конце 2013 года, в которую входит и Беларусь. Журналист в числе прочего отмечает, что итоги саммита, «несмотря на прогноз возможного присоединения Украины к Евросоюзу в скором времени, оказались самыми успешными для «опальной» Беларуси, которой пообещали упростить визовый режим» [18]. Таким образом, мы видим, что, даже упоминая о Беларуси в общем ключе, журналисты издания стремятся проанализировать ее положение в регионе – это также свидетельствует об очевидном интересе газеты к нашей стране.

Особенное внимание уделяет газета совместным проектам Венесуэлы и Беларуси, которые реализуются в 11 штатах и федеральном столичном округе Каракас. В штате Баринас построены заводы по сборке техники Минского автомобильного завода, Минского тракторного завода, завода сельскохозяйственной техники «Гомсельмаш». В планах – возведение тепловой электростанции. Реализуется масштабный проект

по строительству газопровода, который соединит столицы штатов Баринас и Лара – города Баринас и Баркисимето. В штате Арагуа планируется строительство с участием белорусских специалистов космодрома, также именно здесь наша фирма «Белзарубежстрой» уже сдала в эксплуатацию более двух тысяч квартир. В городе Гуатире штата Миранда построен кирпичный завод – самый большой в Латинской Америке. В штатах Ансоатеги и Сулия идет разведка и разработка нефтяных месторождений с участием совместного венесуэльско-белорусского предприятия «ПетролераБелаВенесолана». В штатах Тачира, Кохедес и Гуарико реализуются проекты по строительству сельскохозяйственных кооперативов. В штатах Монагас и Апуре идет работа над прокладкой газовой магистрали протяженностью в 1,5 тысяч километров. В Каракасе белорусские компании участвуют в проектах по газификации некоторых районов, строительству жилья. Там же работает торговый дом, где представлено широкое разнообразие белорусских товаров. «Последние новости» регулярно упоминают в том или ином ключе о реализации подписанных с нашей страной соглашений.

«Беларусь построит в Венесуэле космодром», «Миллион пятьсот грузовиков будет изготовлено на совместной венесуэльско-белорусской фирме», «Венесуэла подписала контракт с Беларусью о строительстве 4500 квартир», «Венесуэла планирует производить 25 миллионов блоков в год на совместном с Беларусью предприятии», «Беларусь построит агроиндустриальную коммуну» – как правило, такого рода материалы размещены в рубрике «Провинции» и посвящены строительству инфраструктуры в Баринасе, Миранде, Кохедесе и других штатах, упомянутых выше. Исходя из этого, мы видим, что газета обращает внимание на присутствие Беларуси в различных регионах страны.

Встречаются на страницах «Последних новостей» сообщения юмористического характера, связанные с белорусской тематикой. В материале «Лис ранил охотника в Беларуси» рассказывается о необычном случае, который произошел в Гродненской области в 2011 году. Также журналист отмечает, что «охота на лис особенно популярна в этом живописном регионе на северо-западе Беларуси на границе с Польшей» [22]. Поскольку репортер проявляет определенный интерес к природным достопримечательностям нашей страны, можно было бы предложить изданию идею о реализации совместного туристического проекта, который заключался бы на первом этапе, к примеру, в обмене материалами на туристическую тематику.

В числе прочих есть материалы о гуманитарной помощи, которую прислала на самолете наша страна в 2010 году, когда в Венесуэле случились наводнения и оползни. «Беларусь прислала 34 тонны помощи

стране» - так называется вышеупомянутый материал. В материале отмечалось следующее: «Этот экипаж находился в воздухе 17 часов, чтобы доставить нам гуманитарную помощь» [6]. Таким образом, газета обращает внимание и на поддержку, оказанную в свое время Венесуэле Беларусью.

Материалов критического характера, где бы само издание или его журналисты выражали свою неприязнь к Беларуси, найдено не было. Однако публикации, где бы цитировались высказывания на эту тему венесуэльских политиков, есть. Небольшая заметка «Каприлес Радонски критикует визит Лукашенко и «подарки» [от Венесуэлы] Беларуси» посвящена публикациям в твиттер-аккаунте политика накануне визита Президента Беларуси в Венесуэлу летом 2012 года. Энрике Каприлес заявляет, что Венесуэла «подарила» Беларуси за время активного развития их двусторонних отношений около 2 миллиардов 800 миллионов долларов США, на которые можно было бы «построить около 500 школ или более 118800 квартир в нашей стране» [7]. Также политик подсчитал, «что на «подарки» Беларуси можно было 8 раз восстановить трассу Лара – Сулия», а также построить 60 тюрем, что могло бы решить проблему переполненности их в стране [7].

В публикации «Чавес: Испания потеряет больше, если разорвет отношения» большую часть занимает (со ссылкой на речь Уго Чавеса) описание политической сути отношений Беларуси и Венесуэлы: «Беларусь не пришла к нам, как побежденная страна, и мы не пришли туда, как проигравшие. Что мы должны сделать, так это стать максимально близкими, максимально интегрированными» [8]. Чавес подчеркивал важность социальных преобразований в Беларуси, которая смогла пережить крах Советского Союза, и назвал это примером героизма. Поздравил Беларусь с тем, что она состоялась как суверенное государство, не пойдя по пути приватизации: «Благодаря руководству Лукашенко и его единомышленников Беларусь борется, сопротивляется кризису, который поразил Европу» [8].

Газета «Мир экономики и бизнеса» освещает события, имеющие отношение к экономической сфере жизни венесуэльского общества. В отличие от общественно-политической газеты «Последние новости» специализированное издание «Мир экономики и бизнеса» основное внимание в публикациях уделяет событиям, которые касаются реализации совместных проектов. Так, материал «Машины для работы на шахтах прибыли» посвящен тому, что три новых грузовика марки «БелАЗ», собранных на совместном белорусско-венесуэльском заводе, прибыли на шахты. Их будут использовать для вывоза руды боксита [14]. В заметке подчеркивается, что «совершенно новые автомобили» – результат

соглашения с белорусской стороной. Новые экипажи возьмут на себя треть работы по вывозу руды.

Материал «Молина: Инвестировано 72700000 боливаров, чтобы построить 200000 квартир в 2013» подчеркивает значимость роли Беларуси, в числе прочих стран, в реализации венесуэльской национальной программы по строительству жилья. Наша страна упоминается на втором месте после Португалии [15]. Такого рода материал подчеркивает интерес издания к реализации совместных белорусско-венесуэльских проектов. В текстах также отмечается ценность результатов такого взаимодействия. Но широкого разнообразия тематической палитры материалов, связанных с Беларусью, в «Мире экономики и бизнеса» нет. Тем не менее, следует отметить большое количество опубликованных текстов на политическую тематику, где бы упоминалась наша страна. Этому посвящены такие публикации, как «Венесуэла и Беларусь продолжают взаимодействовать», «Мадуро: Венесуэла и Беларусь выйдут на новый уровень сотрудничества».

Значительное внимание уделяет газета внешней политике Беларуси. Публикация «Иран отвергает соглашения о переговорах по ядерной проблеме» посвящена выступлению перед журналистами иранского политика Мохаммеда Хавада Зарифа после встречи с министром иностранных дел Беларуси Владимиром Макеем, который посещал Тегеран с визитом в феврале минувшего года [13]. Аналитический материал «Путин запускает новую эру конфронтации, ломающую систему постсоветского порядка» посвящен осмыслению присоединения Крыма к России. В числе прочего журналист задается вопросом, следует ли ожидать дальнейшего «расширения» России: «Ничто не указывает на то, остановится ли Путин на достигнутом или же у него возникнет соблазн присоединить другие русскоговорящие регионы Украины, Молдовы, Беларуси или Казахстана» [19]. Таким образом, издание интересуется и тем, насколько сильна позиция Беларуси в Европе и Азии, насколько способна наша страна отстаивать свои интересы.

Учитывая специализацию издания, было бы логичным предположить, что в нем можно встретить публикации, затрагивающие экономическую ситуацию в Беларуси. Такие материалы также имеются. Публикация «Как живет Венесуэла с заоблачной инфляцией» рассматривает экономическую ситуацию в стране на август 2013 года. Подзаголовком к статье идет следующая фраза: «Наша страна идет в паре с Беларусью по годовой инфляции, которая стала «мировым чемпионом» в 2012 году с инфляцией, достигшей 60%» [9]. Инфляция в Венесуэле в 2013 году сравнивается с инфляционными процессами в других странах. Журналисты также подсчитали, сколько времени потребовалось для того, что-

бы другие государства вышли из такого положения. Другой материал – «Венесуэла, Аргентина и Боливия в списке стран с самым высоким риском социальных конфликтов в 2014» – посвящен анализу рейтинга, составленного британским изданием *The Economist*. В материале отмечается, что Беларусь занимает позицию, характеризующуюся «высоким риском» социальных конфликтов в текущем году [20]. Исходя из вышесказанного, отметим, что издание освещает белорусско-венесуэльское взаимодействие с объективной точки зрения. Особенное внимание уделяется экономической выгоде для Венесуэлы от реализации совместных с Беларусью проектов, положению Беларуси в мире, экономической ситуации в нашей стране.

Проанализировав материалы, посвященные белорусско-венесуэльскому сотрудничеству, мы пришли к выводу, что взаимодействие Беларуси и Венесуэлы освещается журналистами холдинга достаточно активно и с объективной точки зрения. Материалы разноплановые и по жанрам, и по тематике. Большое внимание уделяется совместным белорусско-венесуэльским проектам, внешней политике Беларуси, экономике нашей страны, культуре. В изданиях отсутствуют публикации от имени редакции или журналистов, несущие негативную коннотацию в отношении сотрудничества с нашей страной. В то же время встречается довольно много материалов, которые можно интерпретировать в положительном ключе, как для белорусско-венесуэльского сотрудничества в целом, так и для Беларуси как страны-партнера в частности. Поскольку издания медиакорпорации интересуются нашей страной, одному из государственных СМИ Беларуси было бы целесообразно предложить газетам *Cadena Capriles* совместный проект по обмену информацией.

#### *Литература*

1. Белорусский плацдарм в Латинской Америке (Интервью президента Республики Беларусь А. Г. Лукашенко телеканалу «Венесолана де Телевисьон») // Информационный бюллетень Администрации Президента Республики Беларусь. – 2012. – №7. – С. 5 – 12.
2. Варганова, Е. Л. Индустрия СМИ в XXI веке: смена парадигмы? Основные тенденции развития и концепции анализа современных систем СМИ / Е. Л. Варганова // Экономика и менеджмент СМИ. Ежегодник 2007. – М. : МедиаМир, 2008. – С. 77–100.
3. Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : учебное пособие / Е. Л. Варганова. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 335 с.
4. Юшкевич, Н. Медийное обеспечение сотрудничества Беларуси и Венесуэлы (на примере венесуэльских центральных и региональных средств массовой информации) / Н. Юшкевич // Международная журналистика-2014:

диалог культур и взаимодействие медиа разных стран / Белорусский государственный университет ; под общей редакцией Т. Н. Дасаевой; сост. Б. Л. Залесский. – Минск, 2014. – С. 306 – 318.

5. Bielorrusia dedica un musical a Hugo Chavez // Ultimas Noticias [Recurso electronico]. – 2014. – Modo de acceso: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/mundo/bielorrusia-dedica-un-musical-a-hugo-chavez.aspx>. – Fecha de acceso: 13.04.2014.

6. Bielorrusia envia 34 toneladas de ayuda al pais // Ultimas Noticias [Recurso electronico]. – 2010. – Modo de acceso: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/bielorrusia-envio-34-toneladas-de-ayuda-al-pais.aspx>. – Fecha de acceso: 12.04.2014.

7. Capriles Radonski critico visita de Lukashenko y "regalos" a Bielorrusia // Ultimas Noticias [Recurso electronico]. – 2012. – Modo de acceso: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/politica/capriles-radonski-critico-visita-de-lukashenko-y--.aspx>. – Fecha de acceso: 12.04.2014.

8. Chavez: España perderia mas si se rompen relaciones // Ultimas Noticias [Recurso electronico]. – 2010. – Modo de acceso: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/chavez-espana-perderia-mas-si-se-rompen-relaciones.aspx>. – Fecha de acceso: 18.03.2014.

9. Como se vive en Venezuela con la inflacion por las nubes // El Mundo Economia y Negocios [Recurso electronico]. – 2013. – Modo de acceso: <http://www.elmundo.com.ve/noticias/economia/politicas-publicas/bbc--como-se-vive-en-venezuela-con-la-inflacion-po.aspx>. – Fecha de acceso: 15.03.2014.

10. Evolucion Histyrica [Recurso electronico]. – 2007. – Modo de acceso: <http://www.cadena-capriles.com/publicaciones.asp?m=kwick1&clasif=21&clasif1=58>. – Fecha de acceso: 21.03.2014.

11. Hermoso Maria Eugenia. Obreros de la construccion en Aragua protestan y cierran avenidas // Ultimas Noticias [Recurso electronico]. – 2013. – Modo de acceso: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/regiones/obreros-de-la-construccion-en-aragua-protestan-y-c.aspx>. – Fecha de acceso: 28.03.2014.

12. Importaciones de alimentos del Estado subieron 51% // Ultimas Noticias [Recurso electronico]. – 2014. – Modo de acceso: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/economia/importaciones-de-alimentos-del-estado-subieron-51.aspx>. – Fecha de acceso: 12.04.2014.

13. Iran descarta acuerdo en negociaciones nucleares // El Mundo Economia y Negocios [Recurso electronico]. – 2014. – Modo de acceso: <http://www.elmundo.com.ve/noticias/petroleo/energias/iran-descarta-acuerdo-en-negociaciones-nucleares.aspx>. – Fecha de acceso: 11.04.2014.

14. Llega maquinaria a Bauxilum para acarreo en mina // El Mundo Economia y Negocios [Recurso electronico]. – 2013. – Modo de acceso: <http://www.elmundo.com.ve/noticias/mundo-laboral/llega-maquinaria-a-bauxilum-para-acarreo-en-mina.aspx>. – Fecha de acceso: 05.04.2014.

15. Molina: Se invirtieron Bs. 72.700.000 para construir 200.000 viviendas en 2013 // El Mundo Economia y Negocios [Recurso electronico]. – 2014. – Modo de

acceso: <http://www.elmundo.com.ve/noticias/economia/politicas-publicas/molina--se-invirtieron-bs--72-700-000-para-constru.aspx>. – Fecha de acceso: 05.04.2014.

16. Montoya Roberto Hernandez. Sadismo // Ultimas Noticias [Recurso electronico]. – 2013 – Modo de acceso: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/opinion/firmas/roberto-hernandez-montoya/sadismo.aspx>. – Fecha de acceso: 22.04.2014.

17. Parque en la capital bielorrusa llevara el nombre de Hugo Chavez // Ultimas Noticias [Recurso electronico]. – 2014. – Modo de acceso: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/mundo/parque-en-la-capital-bielorrusa-llevara-el-nombre-.aspx>. – Fecha de acceso: 10.04.2014.

18. Putin descarta interferencia rusa en Ucrania // Ultimas Noticias [Recurso electronico]. – 2014 – Modo de acceso: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/mundo/putin-descarta-interferencia-rusa-en-ucrania.aspx>. – Fecha de acceso: 10.04.2014.

19. Putin inicia nueva era de enfrentamientos al romper el orden postsovietico // El Mundo Economia y Negocios [Recurso electronico]. – 2014. – Modo de acceso: <http://www.elmundo.com.ve/noticias/actualidad/internacional/putin-inicia-nueva-era-de-enfrentamientos-al-rompe.aspx>. – Fecha de acceso: 11.04.2014.

20 Venezuela, Argentina y Bolivia entre los paises con mayor riesgo de conflicto en 2014 // El Mundo Economia y Negocios [Recurso electronico]. – 2013. – Modo de acceso: <http://www.elmundo.com.ve/noticias/economia/banca/venezuela--argentina-y-bolivia-entre-los-paises-co.aspx>. – Fecha de acceso: 25.03.2014.

21. Vives A. Quien esta detras de la compra de la Cadena Capriles? [Recurso electronico]. – 2013. – Modo de acceso: <http://infodio.com/es/261013/cadena/capriles/latam/media/holding/hanson/asset/management>. – Fecha de acceso: 21.03.2014.

22. Zorro hirio de un balazo a cazador en Bielorrusia [Recurso electronico]. – 2011. – Modo de acceso: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/zorro-hirio-de-un-balazo-a-cazador-en-bielorrusia.aspx>. – Fecha de acceso: 12.04.2014.

## СОДЕРЖАНИЕ

### **Участникам Четвертой Международной научно-практической конференции «Международная журналистика-2015: формирование информационного пространства партнерства от Владивостока до Лиссабона и медиа»**

<i>Анатолий Лемешенок</i> , председатель Белорусского союза журналистов, главный редактор газеты «Рэспубліка» .....	3
<i>Татьяна Дасаева</i> , заведующая кафедрой зарубежной журналистики и литературы, доктор филологических наук, профессор Института журналистики Белорусского государственного университета .....	5
<b>Мариям Арпентьева</b> Аллологическая перспектива и межкультурное взаимопонимание .....	6
<b>Лариса Будниченко</b> Mass-media и цифровой суверенитет России .....	16
<b>Ольга Быкова</b> Тенденции развития жанра репортажа в современных украинских печатных изданиях .....	26
<b>Михаил Вальковский</b> Формирование медийных механизмов сотрудничества Республики Беларусь и Китайской Народной Республики .....	35
<b>Сяргей Венідіктаў</b> Еўразійскі эканамічны саюз як інфармацыйная прастора для інтэграцыі .....	43
<b>Светлана Водолазская</b> Генерирование новостей социальными медиа: тенденции и перспективы .....	48
<b>Васіль Вараб’ёў</b> Журналістыка ў палоне інфармацыйнай вайны .....	52
<b>Валентина Галацкая</b> Специфика образно-аналитического декодирования основ театральной системы К.С. Станиславского в современной театральной журналистике Украины .....	54
<b>Ольга Герасимович</b> Конструктивность выявления СМИ интересов и потребностей оппонентов в конфликтах .....	63
<b>Татьяна Гирина</b> Структура социально-исторического процесса развития детского радиовещания Канады .....	69
<b>Александр Градюшко</b> Современные творческие концепции интернет-СМИ в странах Евразийского экономического союза .....	74

<b>Анна Губина</b> Российско-аргентинские отношения в контексте смены политического и экономического вектора развития России на страницах газеты «La Nación» .....	81
<b>Василий Гулай</b> Тенденции развития информационно-коммуникативного пространства и перспективы специальности «Международная информация».....	85
<b>Тацяна Дасаева</b> Новыя парадыгмы міжнароднай журналістыкі, абумоўленыя ўтварэннем Еўразійскага эканамічнага саюза .....	91
<b>Дмитрий Дроздов</b> Особенности международной практики подготовки специалистов в области менеджмента СМИ.....	95
<b>Валентина Дубовец</b> Актуальные вопросы освещения в СМИ сотрудничества Беларуси со странами Ближнего Востока.....	100
<b>Борис Залесский</b> Коммуникационный интеграционный процесс и международная журналистика.....	106
<b>Наталья Зубченко</b> Союзное государство Беларуси и России: к вопросу о перспективах Сотрудничества.....	117
<b>Татьяна Иванюха</b> Современная правозащитная журналистика: международные аспекты развития ..	120
<b>Ольга Касперович</b> СМИ о создании Евразийского экономического союза.....	127
<b>Елена Кононова</b> Инновационная деятельность как стратегия Медиа Института Fojo .....	130
<b>Михаил Концевой</b> Семантическая микроразметка интернет-медиа.....	135
<b>Владимир Куликович</b> <b>Евгения Ковырева</b> Международные правовые акты, регулирующие издательское дело в Беларуси и Китае .....	139
<b>Ольга Кунгурова</b> Евразийский экономический союз в представлении казахстанской газетной периодики .....	145
<b>Кхан Мд Абдул Кабил</b> Современные тенденции развития редакций газет в Бангладеш в условиях медиа конвергенции.....	149
<b>Леонид Лохманенко</b> Освещение международных экологических форумов и проектов в белорусских СМИ.....	157

<b>Полина Лохманенко</b>	
Вклад спорта высоких достижений Беларуси в осуществление информационной политики ООН .....	164
<b>Оксана Михайлова</b>	
Люди с инвалидностью в СМИ: жанровые и тематические тенденции .....	171
<b>Дарина Михалевич</b>	
Реклама как отражение гендерных ролей и стереотипов в обществе .....	176
<b>Ольга Муравьева</b>	
Интернет и СМИ: проблемы и перспективы Казнета .....	185
<b>Марина Мыгаль</b>	
Тематическое и жанровое разнообразие контента на детском телевидении России и мира .....	192
<b>Мікіта Найдзёнаў</b>	
Спробы стварэння інтэрнэт-гэлебачання ў Беларусі .....	198
<b>Евгений Олейник</b>	
Информационные войны и информационный терроризм: к вопросу о различиях .....	200
<b>Таццяна Падалька</b>	
Прафесіяналізм і маральны выбар журналіста .....	204
<b>Анна Полещук</b>	
Развитие художественного мышления студентов специальности «Журналистика» .....	207
<b>Анна Полякова</b>	
Актуальный контент социальной рекламы здорового образа жизни в Украине .....	212
<b>Андрей Потребин</b>	
Зарубежная реклама в специализированном журнале как результат учета специфики внешнеэкономической деятельности отрасли .....	214
<b>Наталья Скворцова</b>	
Интервью с В.В. Набоковым: жанрообразующие и жанроразрушающие тенденции .....	219
<b>Олег Слука</b>	
Информационное поле «холодной войны» .....	225
<b>Анатолий Соловьев</b>	
Уроки Charlie Hebdo: к вопросу о «четвертой власти», свободе слова и ответственности в глобализированном обществе .....	237
<b>Виктор Сорока</b>	
Оперативность и актуальность теленовостей в условиях интернетизации журналистики .....	246
<b>Александра Ткачева</b>	
Международная журналистика и интернет: трансформация печатных СМИ на примере китайских медиа .....	253

<b>Муратбек Токтагазин</b>	
Анализ и типологизация эпистолярной публицистики в печатных СМИ Беларуси.....	258
<b>Алексей Тома</b>	
Роль информационно-аналитического обеспечения в евразийской интеграции ....	262
<b>Нина Фрольцова</b>	
Мультикультурализм и межкультурная коммуникация как аксиологические факторы медиасферы .....	265
<b>Александр Холод</b>	
Инмутация массовой коммуникации: специфика и последствия .....	273
<b>Фатимет Хуако</b>	
Возможности подготовки PR-специалиста посредством интерактивной технологии .....	282
<b>Мирослава Чабаненко</b>	
Новейшие приемы работы в интернете и перспективы международной журналистики.....	288
<b>Чжан Хайянь</b>	
Китайская городская газета «Люян Ваньбао»: целевая установка, темы, рубрики .....	295
<b>Виктория Шевченко</b>	
Трансформация жанров современной журналистики.....	299
<b>Элеонора Шестакова</b>	
<b>Войцек Цисак</b>	
Проблемы, коллизии и перспективы стран «духовного контура Запада» в публицистике Ю. Хабермаса .....	305
<b>Виктор Шимолин</b>	
Китайская фотожурналистика: когда история предсказывает будущее .....	321
<b>Эль-Сир Халид</b>	
Государственная политика Судана по информационному обеспечению страны ...	325
<b>Надежда Юшкевич</b>	
Особенности освещения белорусско-венесуэльского сотрудничества ведущими изданиями медиахолдинга «Cadena Capriles» (Венесуэла).....	337

Научное издание

**МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА-2015**  
**Формирование информационного пространства партнерства**  
**от Владивостока до Лиссабона и медиа**

Материалы

IV Международной научно-практической конференции  
Минск, 19 февраля 2015 г.

*На русском и белорусском языках*

Ответственный за выпуск *Н. Г. Щербакова*

Подписано в печать 05.02.2015. Формат 60×84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага офсетная.  
Ризография. Усл. печ. л. 20,46. Уч.-изд. л. 21,47.  
Тираж 100 экз. Заказ 57.

Республиканское унитарное предприятие  
«Издательский центр Белорусского государственного университета».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя  
печатных изданий № 1/159 от 27.01.2014. Ул. Красноармейская, 6, 220030, Минск.

Отпечатано с оригинала-макета заказчика  
в республиканском унитарном предприятии  
«Издательский центр Белорусского государственного университета».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,  
распространителя печатных изданий № 2/63 от 19.03.2014.  
Ул. Красноармейская, 6, 220030, Минск.