

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРНОЙ ИНФОРМАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-  
СМИ (НА ПРИМЕРЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ВЕРСИЙ САЙТОВ  
DEUTSCHE WELLE, BBC И ИНТЕРНЕТ-ГАЗЕТЫ LENTA.RU)**

Выпускная квалификационная работа

студента по направлению подготовки  
42.03.02 Журналистика  
очной формы обучения группы 86001313  
Игнатовой Валерии Ростиславовны

Научный руководитель  
К.ф.н., доцент кафедры журналистики  
С.В. Ушакова

БЕЛГОРОД 2017

## Содержание

Введение.....	3
<b>ГЛАВА 1. Культурная информация в интернет СМИ: теоретический аспект.....</b>	<b>8</b>
1.1. Роль и место культурной информации в жизни современного общества .....	8
1.2. Культурная проблематика в СМИ: влияние представлений журналистов на освещение событий культурной жизни.....	16
1.3. Концепция СМИ как основа работы с контентом .....	20
1.4. Специфика функционирования современных интернет-изданий.....	26
<b>ГЛАВА 2. Культурная информация в концептуально различных интернет-изданиях «Deutsche Welle», «BBC» и «Lenta.ru».....</b>	<b>34</b>
2.1. Функционально-тематические аспекты представления культурной информации в интернет-газете «Lenta.ru» .....	34
2.1.1 «Lenta.ru» как старейшее отечественное интернет-издание.....	35
2.1.2 Культурная информация в современной версии «Lenta.ru» .....	38
2.2. Особенности репрезентации культурной информации на русскоязычном сайте «Deutsche Welle».....	42
2.2.1 Основные этапы формирования «Deutsche Welle».....	42
2.2.2 Культурная информация в современной версии «Deutsche Welle».....	45
2.3. Особенности представления культурной информации на сайте Русской редакции BBC.....	54
2.3.1 «BBC» как старейшее зарубежное СМИ в отечественном информационном пространстве.....	54
2.3.2 Культурная информация в современной версии «BBC» .....	57
Заключение.....	66
Список источников.....	68
Библиографический список использованной литературы.....	71
Приложения.....	75

## ВВЕДЕНИЕ

За последние десятилетия кардинально изменилось отношение к культуре, пониманию ее важности и роли в современном обществе, произошло признание культуры в качестве одного из важнейших ресурсов социально-экономического развития. Культурная среда окружает человека с самого рождения и формирует его духовный облик. Мир культуры человека включает в себя невероятное разнообразие компонентов: это материальные ценности и духовные достижения, нормы и ценности, ритуалы и традиции – все то, что можно назвать бытием культуры.

Культура – это неотъемлемая сторона жизни общества, она неотделима от человека как социального существа. В культуре заключена преобразующая функция, которая удовлетворяет фундаментальную потребность человека в освоении и преобразовании окружающей действительности. Благодаря культуре, которая окружает его, постепенно для каждого индивида в отдельности и всего общества в целом формируется и упорядочивается единая картина мира. В условиях кризисного существования общества возрастает необходимость в культуре как стабилизирующем факторе.

**Актуальность темы.** Культура постмодернизма предлагает современному человеку компромисс в его различных проявлениях. Современная культурная ситуация уравнивает в своей значимости и ценности элитарное и массовое искусство, современная музыка представляет собой смешение всевозможных стилей, а на телевидении и в журналистике развивается такое явление, как инфотейнмент, являющийся своего рода компромиссом между развлечением и информацией, развлекательная направленность набирает все большие обороты, охватывая обширные информационные пространства, в том числе путем распространения в сети Интернет.

Средства массовой информации в Глобальной сети имеют ряд отличительных характеристик, среди которых выделяются как традиционные видовые признаки, характерные для всех СМИ, так и распространяющиеся сугубо на электронные. Основной отличительной особенностью интернет-изданий является возможность получения доступа к платному контенту, мультимедийность, интерактивность, гипертекстуальность. Кроме того, онлайн-средства массовой информации имеют возможность непрерывного обновления материалов и публикаций, а также обеспечивают доступ к информации из любой точки мира.

Актуальность темы определяется также недостаточностью ее разработки и отсутствием исследований, посвященных сравнению различных информационных ресурсов с целью выявления сложившихся стратегий репрезентации культурной сферы.

**Целью работы** является выявление особенностей репрезентации культурной информации на медиаресурсах «BBC», «Deutsche Welle» (русскоязычные версии) и в интернет-издании «Lenta.ru».

Поставленная цель предполагает решение **ряда задач**, среди которых:

- Характеристика роли и места культурной информации в жизни современного общества
- Определение понятие концепции СМИ и, на этой основе, отбор концептуально значимых характеристик исследуемых интернет-ресурсов
- Краткий исторический обзор и характеристика концепций рассматриваемых изданий.
- Анализ особенностей воспроизведения информации в сфере культуры на медиаресурсах «Deutsche Welle», «BBC» и «Lenta.ru».

**Объект исследования** – репрезентация культурной информации в современных СМИ.

**Предмет исследования** – особенности репрезентации культурной информации на порталах «Deutsche Welle», «BBC» и «Lenta.ru».

**Степень научной разработанности проблемы.** Следует признать, что исследования репрезентации культурной тематики в СМИ не является абсолютно новой темой. Однако проблема состоит в том, что новые возможности цифровых технологий и заметное расширение сферы интересов пользователей Интернета требуют дальнейшей разработки в различных направлениях. В частности отметим, что в учебном пособии, подготовленном кафедрой периодической печати МГУ, «Проблематика СМИ» под ред. М.В. Шкониной, Г.С. Вычуба и Т.И. Фроловой культурологической проблематике посвящена отдельная глава. Также издано несколько сборников с материалами, посвященными данной проблематике. В частности, материалы исследований научно-практической конференции «Российская пресса в поликультурном обществе...» под ред. А.Г. Асмолова. Среди диссертационных исследований необходимо назвать диссертацию Е.П. Семишовой на тему «СМИ в пространстве современной гуманитарной культуры».

Тем не менее, в плане анализа контента и в плане коммуникативных стратегий репрезентации культурной информации многие аспекты, в том числе связанные с представлением культурной жизни в Интернете, далеки от своей исчерпанности.

**Теоретическая база исследования.** Исследование культурной проблематики в СМИ предполагает опору на функции современной журналистики. Этому аспекту в последние десятилетия особое внимание уделяли такие исследователи, как Е.Л. Вартанова, А.С. Вартанов, М.Н. Ким, Л.Е. Кройчик, Г.В. Лазутина, М.М. Лукина, Е.П. Прохоров, Е.Л. С.С. Распопова, А.А. Тертычный, и др. В своих трудах они поднимают вопросы жанрового своеобразия журналистских материалов, а также производят попытку выявления основных журналистских качеств и функций.

Основными исследователями культурных развлекательных форм как рекреативного компонента СМИ являются Г.Е.Зборовский, Ю.А.Левад, Б.Д.Парыгин, Э.В.Соколов, А.Я.Флиер, Н.А.Хренов и другие.

Рекреационным процессам и явлениям в области СМИ посвящены работы Л.А.Акимовой, В.С.Моисеевой, Ю.А.Стрельцова.

Рекреативные функции в числе прочих исследовали такие советские и российские исследователи журналистики, как Н.Н.Богомолова, С.Г.Корконосенко, Г.В.Кузнецов, Г.С.Мельник, М.М.Назаров, Е.П.Прохоров, Л.Н.Федотова, И.Д.Фомичева. Содержательные, жанровые, морально-этические аспекты рекреативных возможностей масс-медиа анализируют теоретики и практики СМИ - С.Н.Акинфиев, М.Е.Аникина, А.С.Вартанов, Е.Л.Вартанова, А.В.Колесниченко, С.А.Муратов, И.А.Новикова, А.Е.Роднянский, С.С.Смирнов.

Анализу специфики медиакультуры и медиаобразования и их воздействия на социум в конце XX - начале XXI века посвящены работы Н.В.Кирилловой, А.П.Короченского, А.В.Фёдорова, Я.И.Тяжлова.

**Новизна работы** заключается в выявлении общего и специфического в способах репрезентации культурной информации авторитетными отечественными и зарубежными СМИ, что позволяет определить области возможного развития этой проблематики в медиа.

При анализе исследуемых СМИ следует выяснить, каковы их коммуникативные стратегии, насколько системно они решаются и как влияет концепция издания на репрезентацию культурной информации. В частности следует выявить общие тенденции в развитии современных **разноплановых** интернет-изданий для систематизации полученных сведений в области представления культурной информации и последующего обобщения опыта.

Характер эмпирического материала и поставленные задачи исследования требуют применения ведущего **метода** гуманитарных исследований – описательного, предполагающего разноаспектные характеристики предмета исследования, общенаучные операции сравнения, сопоставления. В качестве вспомогательных используются отдельные элементы метода контент-анализа и статистического метода.

**Эмпирической базой исследования** послужили публикации интернет-ресурсов «BBC», «Deutsche Welle»(русскоязычные версии) и «Lenta.ru» за период с 1 мая 2016 года по 1 мая 2017 года. Выбор представленных изданий обусловлен их авторитетностью, опытом вещания на российскую аудиторию в разные периоды существования современной России и СССР, обладают штатом высококвалифицированных сотрудников, способных с высоким уровнем профессионализма освещать различные темы, в том числе культурную проблематику.

#### **Практическая значимость исследования.**

Полученные результаты могут стать материалом для анализа работы различных интернет-СМИ по заявленной тематике, могут быть использованы в качестве исходных данных для дальнейшего исследования новых медиа, а также в учебном процессе.

**Структура работы** определена поставленными целями и задачами. Исследование состоит из Введения, двух глав, Заключения, Списка источников, Библиографического списка использованной литературы и Приложения.

# ГЛАВА 1. КУЛЬТУРНАЯ ИНФОРМАЦИЯ В ИНТЕРНЕТ-СМИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

## 1.1. Роль и место культурной информации в жизни современного общества

При всем многообразии существующих определений культура в современном обществе понимается как ценностно-смысловая сфера, присущая любому обществу. Сам социум берет свое начало из триединства таких подсистем культуры, как мировоззренческо-познавательная культура, к которой относятся религия, философия, наука; соционормативная культура, которая представляет собой политическую, правовую, хозяйственно-экономическую, повседневную сферы культуры; художественно-эстетическая культура, включающая всевозможные разновидности искусства и литературы [Кондаков, 1998].

Термин «культура» является многозначным и в самом общем понимании означает «исторически определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, в их взаимоотношениях, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях» [Ожегов, 2015]. В философии культура рассматривается как «многообразие различных форм: знаний, навыков, норм и идеалов, образцов деятельности и поведения, идей и гипотез, верований, социальных целей и ценностных ориентации и т.д.». Ученые отмечают также, что культура образует «исторически накапливаемый социальный опыт» [Грицанов, 1999]. Она может хранить, транслировать и генерировать программу деятельности, общения и поведения людей.

Таким образом, культура может выступать и как отрасль какого-либо человеческого знания, и как их совокупность. Отметим, что немаловажную роль здесь играет исторический контекст, так как культура может рассматриваться через призму накопленного в ней опыта.



Целый ряд современных исследователей подчеркивает ключевую роль средств массовой информации в трансляции культурного опыта, ценностей и стереотипов. Это проявляется в том, что практически все исследователи выявляют особые функции журналистики, связанные с передачей культурной (в широком смысле) информации.

Так, Е.П. Прохоров в своей классификации функций журналистики выявляет культурно-образовательную функцию, заключающуюся, по мнению автора, в том, чтобы, «будучи одним из институтов культуры общества, участвовать в пропаганде и распространении в жизни общества высоких культурных ценностей, воспитывать людей на образцах общемировой культуры, тем самым способствуя всестороннему развитию человека».

Г.В. Лазутина выделяет такую функцию СМИ, как насыщение массовых информационных потоков материалами о знаниях, нормах и ценностях, создавая таким образом возможности для их конкуренции и стимулируя нравственные, духовные искания людей. Благодаря этому достигается развитие массового сознания общества и сохраняется его преемственность. Согласно классификации функций Е.Л. Вартановой, одной из основополагающих функций является функция удовлетворения культурных потребностей общества через СМИ (общие ценности, общий культурный слой).

И.Хмара среди других функций журналистики выделяет культурно-просветительскую функцию, представляющую собой «формирование политической, экономической культуры, этическое и эстетическое воспитание, а также пропаганду знаний из области медицины, физической культуры, культуры досуга и т. д».

Функции журналистики характеризуют совокупность ее обязанностей и выполняемых ею задач, способ жизнедеятельности в обществе [Прохоров, 2013]. Поскольку любая деятельность человека всегда целенаправленна, а для достижения целей нужны соответствующие средства, журналистику как

вид деятельности с ее функциональной стороны можно представить, согласно концепции Е.П.Прохорова, как взаимодействие целей, средств, функционирования и результата.

Известный социолог журналистики С.Н. Корконосенко функциями журналистики называет «совокупность ее социальных ролей» [Корконосенко, 2000]. Содержание ролевой характеристики состоит в том, чтобы выявить социальные обязанности, которые медиа выполняют в соответствии с общественными ожиданиями и запросами. Согласно точке зрения исследователя, эти обязанности она выполняет в различных системах: экономике, политике, социальной жизни и духовной жизни, функционируя по законам представленной системы [Корконосенко, 2000].

Таким образом, средствам массовой информации свойственна единая функция – обязанность выполнить объективное предназначение журналистики. Вместе с тем, в реальности они выполняются своеобразно по содержанию в зависимости от социальной позиции коммуникационного канала и социальной позиции журналистов, которые осуществляют создание информации. По мнению Е.П. Прохорова, от того, как журналист понимает и реализует идеологическую функцию, «зависит и выполнение по содержанию всех остальных функций журналистики» [Прохоров, 2013].

Приведенные точки зрения позволяют говорить о культурно-просветительской функции, которая рассматривается учеными как одна из полноценных функций журналистики, поэтому она имеет целевой характер и определенные предметные области. Эта функция осуществляется при одновременном сочетании в себе таких компонентов, как информирование, пропаганда, популяризация и критика.

Само понятие просветительской журналистики появляется вместе с первыми журнальными изданиями. В самом широком смысле ее можно определить как «деятельность, связанную с расширением кругозора людей, распространением знаний, норм, ценностей, воплощенных в произведениях духовного творчества» [Суворова, 2006]. Иными словами, просвещение

ориентировано на повышение культурного уровня социума и его развития на основе гуманистических принципов. Эта отрасль журналистики носит интегральный характер, имеет сложную структуру и реализуется сразу в нескольких аспектах общественной жизни.

При рассмотрении просветительской функции журналистики в контексте различных исторических эпох следует отметить, что в ней могут актуализироваться, в зависимости от исторической ситуации, разные контексты. В зависимости от выбранного направления меняется характер и степень реализации ее просветительской функции. Следовательно, и социальная роль журналистики в просвещении аудитории может быть разной.

Российская просветительская журналистика берет свое начало со времен правления Екатерины II. Именно она заложила основы просвещения, способствуя выпуску журналов. В период её царствования впервые появляются частные издания, а издательская деятельность становится занятием благородным и благодарным. В Европе «Просвещением» было названо движение в духовной области, связанное с социально-экономическими и политическими достижениями. Главным лозунгом прогрессивных сил Европы тех времен стала формула – «Просвещение с помощью света разума». Благодаря путешествиям, а также популярной в тот период переписке между первыми лицами государств, активной международной книжной торговле и набирающей обороты переводческой деятельности новые идеи получили широкое распространение.

Период Просвещения совпал с периодом становления и последующего расцвета журнальной периодики. Большинство исследователей-историков усматривают в этом определенную закономерность. Учитывая, что в те годы властителями дум, искателями источника новых знаний и смысла жизни были прежде всего философы и писатели, то роль печатного слова в формировании общественного мнения возросла многократно.

История развития средств массовой информации показывает, что просветительская функция журналистики связана с ее деятелями. Лучшие представители часто ставили перед собой основную задачу – просвещение народа, популяризацию русского языка, родной истории и др.

Опыт этого периода показал, что лучшим средством для пропаганды собственных взглядов, идей и мировосприятия может стать периодическое издание. Журналы, как концептуальные периодические издания, стали одним из основных коммуникационных каналов для распространения просветительских идей на широкую читательскую аудиторию.

Просветительская функция журналистики является вторичной по отношению к информационной. Поэтому для ее проявления в системе журналистского знания потребовалась определенная культурно-историческая база. Процесс накопления, дифференциации и передачи знания отчетливо проявился в расширении диапазона информации самой журналистики, в эволюции ее материально-технической базы, профессионализации, типологии, связях с аудиторией и общественностью.

Обозначенные процессы накопления, передачи и дифференциации знания тесно переплетаются с состоянием и развитием общества и потребностей ее членов. Журналистика всегда делала шаг навстречу этим потребностям и «просветительская функция во многом определяла прочность связи журналистики с аудиторией» [Жирков, 2003].

В журналистике понятие «просветительский» приобрело устойчивой значение. Как правило, оно используется совместно с термином «культура», поэтому обоснованно будет говорить о культурно-просветительской журналистике.

Продукты культуры многообразны настолько, насколько многообразны освоенные человечеством виды деятельности. Это технические изобретения и научные открытия, философские учения и правовые кодексы, религиозные верования и методы воспитания, нормы морали и экономические теории — все, что научились создавать люди, «включая себя как члена человеческого

сообщества» [Лазутина, Распопова, 2011]. Таким образом, культура имеет всепроникающий характер: она пронизывает все сферы жизни человека и общества. Неудивительно, что слово «культура» есть почти во всех языках народов мира, и означает оно для людей из разных стран одно и то же: возделывание, изменение, улучшение, производимое человеком в среде обитания и в себе самом посредством целесообразной деятельности.

В настоящее время сложилась парадоксальная ситуация, с которой столкнулось человечество: количество информационных продуктов, направленных на удовлетворение потребностей общества, находится в стадии активного роста, а возможность их освоения человеком, доступность новых ресурсов оказывается под вопросом. Одной из причин этого противоречия служит воплощение новейших информационных продуктов в разных искусственных и естественных языках. Вопрос о том, как сделать достижения культуры всеобщим достоянием, имеет принципиальное значение. Журналистика является одной из областей коммуникационной деятельности, обладающей необходимыми возможностями, о чём пишут современные исследователи. Приведём соответствующее утверждение М.Л. Князевой: «В рамках творческой деятельности журналиста стал формироваться такой отдельный вид, который взял на себя обязанность «перевода» важнейших компонентов культурного слоя общественной жизни на язык массовой аудитории и выявления их смысла. Понятие «культурно-просветительская журналистика», зародившееся еще во времена Екатерины II, обретает, таким образом, значение несколько более широкое, чем значение понятия «просветительство», с которым сложившаяся языковая традиция связывает деятельность по распространению знаний» [Князева, 2012].

Таким образом, просветительская функция журналистики формировалась вместе с коммуникативной средой. С развитием науки и техники она стала неотъемлемой частью в реализации необходимых государственных и общественных идей. Появление и развитие радио и

телевидения обеспечили ей проникновение на экраны, началось производство тематических программ.

Начало нового тысячелетия потребовало переосмысления социального статуса культуры, перспектив, приоритетных направлений и тенденций её развития. В обобщённом виде это можно представить следующим образом:

- через категории культуры человек оценивает, осмысливает и переживает мир, сводит в единое целое все явления действительности.
- культура выступает фактом сплочения общества, формирует национальное самосознание.
- культура способствует возрождению традиций, видов искусства, ремесел, игр и состязаний, национальной кухни, традиционных способов лечения и т.д.
- в условиях глобализации культура становится главным фактором консолидации социума любых масштабов.

Современный мир характеризуется такими процессами, как интеграция и дифференциация культур. Это сопровождается неизбежными конфликтами и дотоле неизвестным рождающимся согласием, гармонией и дисгармонией. Они и определяют динамику цивилизации, ход социального и культурного развития разных стран [Дедкова, 2008].

Как показало исследование Я.И. Тяжлова, в условиях перманентной трансформации медиасреды актуализируется и такое понятие, как медиапросвещение, под которым понимается неинституционализированная, стихийная, естественная, непосредственная форма развития медиакомпетентности [Тяжлов, 2015]. И, таким образом, полноценное взаимодействие с современными медийными текстами возможна сегодня лишь на основе медиаграмотности. В научной литературе, посвященной сфере медиа, медиаграмотность в большинстве случаев трактуется как результат целенаправленных действий, образовательного процесса, то есть

медиаобразования. Довольно часто это понятие выступает синонимом таких понятий, как медиакультура, медиакомпетентность, медиаобразованность, медиаменталитет и т.д. Соответственно, медиакультура личности также расценивается как высший уровень и результат медиаобразовательной деятельности, в котором помимо определенных знаний и умений обязательно присутствует собственный практический опыт. Чаще всего его накопление происходит вне рамок и границ какого-либо специально организованного процесса обучения. Формирование медиакультуры личности – гораздо более длительный процесс, чем все предшествующие уровни медиаобразования, и достигает уровня медиакультуры далеко не каждая личность, но, тем не менее, такая задача СМИ, как распространение культурной информации способствует решению и этой задачи.

Применительно к обществу она является средой для его существования (широкий смысл) и механизмом культурной деятельности (узкий смысл). Как культура-универсум медиакультура вбирает в себя все основные виды культур – народную, массовую, элитарную. Она представляет собой метасообщение о состоянии общества, способ освоения действительности с помощью знаковых кодов, действенную силу по манипуляции общественным сознанием [Федоров, 2008]

Современный человек, как правило, не имеет более или менее целостной системы знаний о культуре и ценностях общества. Он получает сведения о них из массмедиа и использует в жизни и своих оценках набор переменчивых установок, диктуемых ими же. Существенная перемена в средствах массовой информации последних лет – обособление, дробление, дифференциация читательских аудиторий, но в целом основной корпус составляют универсальные общественно-политические СМИ – российские и зарубежные источники. Именно из них большинство читателей узнают о событиях в искусстве, о проблемах развития культуры страны, края, родного города.

Политизированные – каждая на свой лад – изданиям культурная тематика помогает завоевать более широкую аудиторию, удовлетворять культурные запросы основного контингента читателей. Часто они пытаются совместить серьезное чтение с развлекательным [Дедкова, 2008]

При непосредственном влиянии онлайн-средств массовой информации проходят процессы трансформации социума. Сетевые структуры возникают не только в информационной сфере, но и в экономике, и в самом обществе. Средства массовой информации становятся катализатором изменений в обществе, и общественные тенденции оказывают огромное влияние на развитие сферы СМИ [Калмыков, 2005].

Таким образом, культура сегодня является генератором новых программ деятельности, поведения и общения, которые порождают реальные изменения в жизни общества, реализуясь в соответствующих видах и формах человеческой активности. Программы эти включают многообразие знаний, норм, идеалов, навыков, образцов деятельности и поведения, верований, целей, гипотез, ценностных ориентаций. Главным средством внедрения той или иной программы в общественное сознание на сегодняшний день является система средств массовой информации.

## **1.2 Культурная проблематика в СМИ: влияние представлений журналистов на освещение событий культурной жизни**

Любое средство массовой информации функционирует в современном обществе в соответствии с концепцией своего издания. Однако каждый журналист, подчиняясь требованиям редакционной политики, тем не менее, имеет свой взгляд на все процессы, происходящие в обществе. Исследуя то, как в современном мире репрезентуется культурная информация мы опираемся на результаты социологического исследования, проведенного среди журналистов разных городов и опубликованного в статье И.М. Дзялошинского «Культура как пространство смыслов». Несмотря на то, что



исследование было проведено в 2000 году, оно в целом не утратило своей актуальности.

Респондентам было предложено с помощью методики неоконченных предложений завершить фразу «Культура – это...» в соответствии со своими убеждениями и представлениями. В результате опрошенные журналисты представили более 200 различных формулировок понятия, среди которых были выделены и обобщены шесть глубинных интерпретаций, охватывающих все высказанные суждения.

Так, 25, 5% опрошенных понимают культуру как совокупность ценностей, придающих смысл человеческой жизни (ценностное понимание культуры), 22,9% респондентов считают культуру как основание деятельности, поведения (деятельностно-функционально понимание культуры), 22,3% участников опроса определили культуру как социальные и духовные скрепы, объединяющие народы и социальные группы (социализаторское понимание культуры). Меньшая часть опрошенных выступает за гуманитарное понимание культуры (культура есть то, что делает человека человеком) – 8,9%, индикативное понимание культуры (культура есть совокупность признаков и индикаторов, позволяющих отличить один народ от другого) – 7,6%, коммуникативное понимание культуры (культура как базовые основания для общения и обмена информацией) – 5,7%. Свой вариант определения понятия культура предложили 7% респондентов.

Группировка суждений по этим кластерам показала, что в сознании опрошенных журналистов доминируют три толкования категории "культура". Доминирует определение понятия «культура» в качестве совокупности ценностей, которые придают смысл человеческой жизни, на втором месте – отношение к культуре основывается на убеждении о деятельностно-функциональном значении культуры. В данном случае она рассматривается в качестве незыблемого основания деятельности, поведения и т.п. На третьем - понятие «культура» характеризуется социализаторским (а иногда и социально-политическим) - пониманием культуры, которое

заключается в выделении, фиксировании и способности культуры выступать в качестве социальной и духовной скрепы, объединяющей народы и социальные группы. Все другие интерпретации культуры встречаются существенно реже трех перечисленных.

Вторым этапом исследования стал вопрос о степени осведомленности общественности о современной культурной ситуации в мире. Свыше 75% опрошенных отметили осведомленность массовой аудитории в сфере культуры, как низкую.

По результатам следующего опроса, большая часть респондентов (75%) ответила, что государство должно активно участвовать в процессах культурного развития.

Исходя из полученных сведений, организаторы исследования предложили респондентам определить, по их мнению, главные культурные проблемы в современных СМИ. Обобщение высказанных суждений позволяет зафиксировать, что журналистов волнуют две группы проблем: содержательные и институциональные. Так, анализируя содержание культурной политики, 21,5% опрошенных отмечают агрессивную американизацию российской культуры, 18,8% - национализм и расизм в массовой культуре, 14,1% респондентов говорят о размывании русской культуры. Около 25% участников опроса отмечают недоступность высокой культуры большинству населения, разрушение памятников культуры, а также безразличие общества к происходящим в стране культурным процессам. Среди институциональных проблем респонденты отмечают недостаток финансирования и «разбазаривания» средств, отпущенных на культуру(11,4%), разорванность культурного пространства(4%), социальная защита деятелей культуры и творческих союзов(1,3%). Около 6% участников опроса затруднились с ответом. Есть основание предположить, что профессиональная интуиция опрошенных журналистов достаточно точно фиксирует проблемные ситуации.

Оценивая ту роль, которую современные российские СМИ играют в пространстве культуры, около 17% процентов опрошенных отметили, что средства массовой информации не играют никакой роли. Остальные респонденты выявили более десяти ролей, среди которых, как наиболее значимые(89%), опрошенные выделили роль инструмента массовизации, реализации политики государства, опошления культуры, роль инструмента борьбы разных течений. Кроме того, участники опроса говорят о таких ролях культуры, как инструмент развития(14,2), зеркало культурных процессов(9,4) и посредник между культурными элитами и массами(7,1%). Около 23% респондентов считают, что каждая из перечисленных ролей находит свое отражение в системе современных СМИ.

Подводя итог, мы можем выявить такие тенденции функционирования культуры в современном медиапространстве:

- современные журналисты придают культуре большое значение.
- работников СМИ на сегодняшний день больше всего волнуют такие вопросы как проявления национализма, расизма в массовой культуре, агрессивная американизация культуры, а также недостаток финансирования культурных отраслей.
- большая часть опрошенных подтвердило то, что они согласны с тем, чтобы государство активно вмешивалось в процессы культурного развития и последующего освещения результатов этого развития средствами массовой информации.
- малая часть респондентов выступила за то, чтобы в культурной политике государств было как можно меньше самой политики. Государство должно содействовать, быть помощником в развитии культурных тенденций, а не доминирующим звеном, устанавливающим свои правила.

### 1.3. Концепция СМИ как основа формирования его контента

Как тип коммуникативной деятельности специфика средств массовой информации формирует участвующие в создании типологической структуры СМИ систему типологических признаков. Прежде всего, речь идет об особенностях составляющих систему СМИ. А именно, её редакционной, технологической, информационной, экономической и аудиторной подсистемах [Черникова, 2012].

«Типология (от греч. телос — отпечаток, форма, образец и логос — слово, учение) — это, во-первых, метод научного познания, в основе которого лежит расчленение систем объектов и их группировка с помощью обобщенной, идеализированной модели или типа; во-вторых, результат типологического описания и сопоставления. Типология опирается на выявление сходства и различия изучаемых объектов, на поиск надежных способов их идентификации, а в своей теоретически развитой форме стремится отобразить строение исследуемой системы, выявить ее закономерности, позволяющие предсказывать существование неизвестных пока объектов» [Философский энциклопедический словарь, 1983]. При изучении СМИ нередко применяется метод типологического исследования. К числу последних исследований по теории журналистики можно отнести труды Я.Н. Засурского, Р.П. Овсепяна, А.В. Западова, Е.П. Соколовой, А.Н. Алексеева; А.Г. Корнилова; А.И. Акопова, М.И. Шостак и др.

Существует целый ряд определений понятия «тип издания». Е.П. Соколова и А.В. Западов дают такое определение типу издания, называя его «классификационным делением второго разряда, которое обозначает оптимальную устойчивость издательского решения для группы изданий» [Западов 1973, с.14]. А.И. Акопов в свою очередь дает более развернутую трактовку понятия: «тип — абстрактно-логическое понятие, объединяющее все объекты классификации; модель, которой соответствует любой класс объектов, а также элемент этого класса, входящий в классификационную систему» [Акопов, 2001].

По определению С.Г. Корконосенко, «типология — это классификация предметов или явлений по общности каких-либо признаков» [Корконосенко, 2001]

Вопрос о типологических признаках, причисляющих издание к тому или иному типу СМИ, также остается открытым. Согласно классификации Е.П. Прохорова в перечень типологических признаков входят такие компоненты, как социальная позиция СМИ, аудиторная направленность, линия поведения издания относительно других СМИ.

М.В. Шкондин выделяет следующие ведущие типоформирующие факторы: характер аудитории, целевое назначение издания, характер передаваемой информации [Шкондин, 2002]. К дополнительным типологическим признакам относятся периодичность, время выхода, объем информации и формат издания. А.И. Акопов приводит оригинальную разработку методики, включающей три метода исследования: теоретико-типологический, историко-типологический и социологический. В данный момент уместнее остановиться на первом методе. Теоретико-типологический анализ включает в себя классификации по тематическому направлению и целевому назначению; выявление типологических признаков и их компонента; составление типологических характеристик изданий, их типов и видов; создание универсальной логической классификационной модели; типологическое моделирование.

Следует также учитывать то, что тип издания — понятие постоянно обновляющееся, не статичное. Оно может изменяться под воздействием циркулирующих в обществе обстоятельств: как внутренних (журналистских), так и внешних (социокультурных). Большинство исследователей сходятся на том, что одно издание способно не только объединить несколько родовых признаков, но и отражать, вобрав в себя, сразу несколько сфер действительности, предоставив своей читательской аудитории широкий спектр информации.

Под воздействием постоянно изменяющихся исторических и социальных обстоятельств трансформируются и типологические характеристики. Это связано с тем, что типизация СМИ происходит в свете тех изменений, которые касаются конкретных исторических условий, а воздействующие социальные факторы – исходный этап в процессе формирования типа периодического издания.

Так, С.Г. Корконосенко, в список типобразующих признаков включает несколько новых факторов, вызванных изменениями политической жизни страны, а также встречается ряд изменений в уже знакомых типологических признаках: регион распространения, учредитель, аудитория, легитимность, разделение прессы на качественную и массовую, издательские характеристики [Корконосенко, 2001].

Особенности концепции издания более рельефно выглядят на фоне типологического подхода, поскольку практически нет концепций, полностью зависящих от типологических характеристик издания. Общий обзор типологических традиций в отечественной журналистской науке позволяет перейти к понятию концепции издания.

На современном этапе развития общества в самом широком понимании термин концепция (от лат. *conceptio* — понимание, система) трактуется как «способ понимания какого-либо предмета, явления, процесса, основная точка зрения на предмет или явление, руководящая идея для их систематического освещения» [Степина, 2001]. Понятие употребляется также для обозначения ведущего замысла, конструктивного принципа в научных, художественных, технических, политических и других видах деятельности. Концепция средств массовой информации – понятие далеко не новое и не инновационное. Во всем мире она принята в качестве редакционного системообразующего документа. В одних редакциях концепция СМИ имеет статус «памфлета вольных художников», в других представляет собой лаконичный свод корпоративных правил, а кое-где и вовсе претендует на роль религиозного документа. Однако, несмотря на разнообразие содержания и формы, во всех

случаях концепция определяет правила социального института [Иваницкий, 2010].

Иваницкий В.Л. под концепцией СМИ понимает «ведущий замысел, основанный на системе профессиональных знаний и ценностей, закрепленных во внутриредакционных нормативных документах, определяющих принципы идеологической и технологической базы массмедиа» [Иваницкий, 2010, с.75]. Он также отмечает, что концепция современного издания является системой взглядов, которая развивает ключевую идею и типологические характеристики средств массовой коммуникации. Оформленная документально в виде редакционных документов, концепция СМИ — ориентир для дальнейшей разработки редакционных стандартов – «формат», который подразумевает сознательный выбор базовой коммуникативной стратегии. В дальнейшем на основе стратегии строится взаимодействие со своей аудиторией [Иваницкий, 2010].

Таким образом, под концепцией СМИ мы будем понимать совокупность систематических подходов в создании продукта, обусловленную редакционной политикой и нацеленную на определенную аудиторию.

Концепция СМИ — это своеобразная система взглядов, принятая руководством издания. В ней ведущий замысел может быть реализован в документе с любым названием и достаточно вольным содержанием. Неизменно лишь то, что она — это первая попытка формирования институций (норм и правил) будущего коллектива издания. И чем детальнее и правдивее будет документ, тем продуктивнее пойдет создание рабочей среды, тем «быстрее возникнет мотивационная платформа у коллектива» [Гуревич, 2007].

Следует отметить также реакцию большинства издателей, когда необходимо охарактеризовать концепцию руководимого ими СМИ. В реальной практике российских СМИ нередко встречается недооценка этого

аспекта работы. Иногда в российских издательских кругах считается, что концепция представляет собой чуть ли не помеху в работе.

Однако современные исследователи отмечают, что в последние годы, принимая во внимание ужесточение конкурентной среды на медийном пространстве среди собственников и издателей СМИ, к руководству отечественных изданий все чаще приходит осознание того, что их основной актив — это рабочая среда как институт, как устоявшаяся система норм, правил, ценностей, то есть концепция издания в чистом виде.

Иными словами, концепция СМИ должна формировать редакционную политику издания. Среди основных элементов концепции мы, вслед за А.А.Никитенко, выделяем следующие [Никитенко, 2013]:

- целевую аудиторию;
- контент (содержание);
- тираж или периодичность выхода в эфир;
- основную тематику;
- источники получения доходов;
- формат и т.д.

Изучение и описание потенциальной или существующей аудитории СМИ — необходимое условие высокого качества концепции. Аудитория при этом изучается и описывается не только по «классическим» параметрам — таким как социально-демографические признаки, стиль жизни, интересы. Необходимо также иметь четкое представление об опытности пользователя, частоте просмотра телевизора, посещения сети Интернет, прослушивания радио, типе доступа к ресурсам (широкополосный или мобильный Интернет, качество связи, вид телевизора, способ приема информации и др.). Уже при формировании этого раздела концепции заметны существенные отличия аудитории. Так, нужно учитывать не только «человеческие», но и «машинные» параметры. При этом часть параметров могут отчасти зависеть друг от друга (возраст — опытность в интернете, тип доступа — уровень доходов и т. д.).



По утверждению Н.В. Зверевой, часть основных элементов содержательной модели СМИ, соотносящейся с концепцией — это тематика и жанровое расписание, которые отражаются в рубрикаторе [Зверева, 2009]. В концепции необходимо содержание типов контента и их соотношение (например, больше музыки и видео — для молодежной аудитории, советы — для старшего поколения и т.д.). Подстройка содержательной модели к целевой аудитории производится практически по всем параметрам, названными выше.

Один из важнейших элементов подстройки - повестка дня. «Человек потребляет медиа не потому, что ему нечего делать, у него выработаны определенные рефлексы — в определенное время смотреть телевизор, читать газету, бродить по интернету, ходить на митинги оппозиции или в театр... Все эти регулярные и не очень события определяют его отношение к наиболее внятному продукту СМИ - информации как таковой. Но без актуальности, без привязки к дневному-недельному-месячному циклу жизни потенциального потребителя — это не продукт СМИ, который обязан поступать к человеку часто и, насколько возможно, по его желанию», — отмечает медиааналитик Василий Гатов [Гатов, [postjournalist.ru](http://postjournalist.ru)].

Тематика также один из главных элементов концепции СМИ. Как правило, именно тематические, и даже узкотематические программы являются наиболее быстрорастущим сегментом современного медиарынка. Для создателей узкотематических проектов главным параметром аудитории, к которой осуществляется подстройка, являются ее интересы. Успешными могут быть также и региональные проекты, охватывающие широкий тематический спектр. Интерес публики к таковым определяется расположением и территориальной принадлежностью. Порой именно вопросы того региона, где человек проживает или куда приехал, являются более значимыми для него в конкретный момент времени. Отметим, что структура и оформление СМИ находятся в тесной взаимосвязи. Эти

элементы концепции, по мнению А.Н.Губанкова, работают на юзабилити – удобство для пользователя и зрителя [Губанков, 2011].

Не стоит забывать о том, что средство массовой информации подчиняется всем законам организации деятельности и маркетинговым представлениям о продукте, поэтому контент, производимый СМИ должен опираться также и на знания в данных отраслях. Следовательно, должны учитываться, с одной стороны, предпочтения целевой аудитории, с другой, такие факторы, как средства технической связи, степень коммуникативности и т.д. Не секрет, что молодежная аудитория большую часть времени проводит в Интернете, поэтому контент, с учетом этого сегмента аудитории, должен быть мобильным, а доступ к нему — круглосуточным.

Таким образом, концепция средств массовой информации является основополагающим элементом при создании любого медиапродукта. Любой проект начинается с его основной идеи, которая впоследствии ложится в основу представления информации изданием. Так, в первую очередь, концепция СМИ нацелена на целевую аудиторию издания. Именно она определяет дальнейший вектор движения и направления деятельности медиакомпаний.

#### **1.4. Специфика функционирования современных интернет-изданий**

Известный социолог М. Кастельс сравнивает современные СМИ с постоянно присутствующим фоном, тканью нашей жизни. По его утверждению, «в новом информационном мире XXI века СМИ стали аудиовизуальной средой, которая окружает современное общество, постоянно взаимодействуя с ним (цит. по: [Сухов, 2005]).

В последнее десятилетие традиционная система СМИ пополнилась еще одним компонентом нового типа – интернет-СМИ. Возникновение данного феномена стало возможным вследствие прогресса в области информационно-коммуникационных технологий, положение которых воздействует как на

изменения в концепции средств массовой информации, так и на формирование прогрессивного сообщества, воздействие новых технологий в ходе становления информационного общества [Никитенко, 2013, с.56].

Как подчеркивает В.И. Фролова, формирование новейшего свертехнологического оснащения, в частности компьютерной техники, отличающейся большой эффективностью работы с информационными данными, привело к возникновению абсолютно новой информационно-коммуникационной сферы – Интернета. Сегодняшняя глобальная информационная паутина считается важной составляющей инфраструктуры нынешнего общества. Базирующаяся на разработках компьютерной передачи информации, всемирная сеть стала площадкой для реализации глобальной коммуникации, выделяясь среди старых информационных коммуникаций, в первую очередь, расширенными способностями в представлении данных за счет мультимедийности, интерактивности и гипертекстуальности [Фролова, 2014].

Развитие информационного общества предопределило появление глобальной информационной сети, что объясняет во многом схожую сущность этих двух явлений. В их основе заложена сетевая структура, для всех участников открыт информационный обмен, который является трансграничным. Таким образом, возможности новой информационно-коммуникационной среды позволяют осуществлять в современных условиях массовую коммуникацию. При этом следует понимать, что понятия «глобальная информационная сеть» и «информационное общество» нетождественны. Так, «информационное общество» - понятие более широкое, включающее в себя информационную сеть как прогрессивный результат его активного развития. Тем не менее, инфраструктура Интернета является одной из самых важных составляющих инфраструктуры нового информационного общества.

Вследствие того, что онлайн-СМИ находятся в активно развивающейся информационно-коммуникационной сфере, они получили

мощный импульс к развитию в численном и качественном отношении и с ходом времени приобретают все более важное место в информационных процессах, происходящих в мире [Дзялошинский, 2012].

Некоторые исследователи называют новые медиа «проводниками новых знаний». Такую характеристику интернет-СМИ получили за то, что, являясь следствием совершенствования технологий информационного обмена, они выступают в качестве «испытательного полигона» для наиболее передовых технологий, все более широко внедряемых в различные сферы деятельности человека.

В современных обстоятельствах «информационной эры» весьма значимой общественно-культурной проблемой считается развитие медиакультуры (медиакомпетенции) аудитории средств массовой коммуникации. Информационная загруженность нынешнего общества, актуальная потребность контактирования многочисленной аудитории потребителей данных с огромным числом медийных источников обуславливает необходимость в «грамотности XXI столетия» - способностей и умений использования всего информационного изобилия и разнообразия, а кроме того, декодировки, интерпретации и оценки медиатекстов, получения знания и осмысления общественной значимости массовых коммуникаций и процессов коммуникационного взаимодействия, осуществляемого посредством средств массовой информации [Короченский, 2006].

И.М. Дзялошинский и М.И. Дзялошинская выделяют общий ряд признаков для онлайн-овых и офлайн-овых СМИ [Дзялошинский, Дзялошинская, 2012]. Среди них наличие или отсутствие связи с офлайн-СМИ, что является одной из важнейших характеристик интернет-ресурсов. Интерес представляет и оригинальность контента того или иного ресурса.

Из числа основных данных, говорящих о серьезности намерений собственников интернет-ресурса в информационной области, должны быть упомянуты формальные признаки – наименование интернет-СМИ, наличия слогана и логотипа издания. Наличие этих данных никак не может

свидетельствовать о том, что анализируемый веб-сайт однозначно является средством массовой информации в общепризнанном представлении данного термина, но оно способно отсеять конкретное количество ресурсов, создатели которых не обеспечили свое издание идентификацией их как СМИ. Серьезный информационный ресурс обязан предоставить данные о том, кто именно считается его учредителем, когда издание было основано, кто именно управляет редакцией на сегодняшний день. Кроме того, не лишним будет включить сведения о самой редакции (в частности, её местоположение, координаты, информацию о штате и т.д.).

Значимым является присутствие данных о государственной регистрации интернет-СМИ. Многочисленные веб-сайты благополучно существуют в информационном пространстве без прохождения процедуры регистрации, между тем конкретно данное требование считается одним из наиболее важных, с точки зрения ответственности пред обществом и пользователями.

Язык контента, который разработчики веб-сайта предпочитают использовать для коммуникации с аудиторией и география использованных материалов, также считаются свойствами, лежащими в основе успеха издания. Подразумевается, что чаще всего для создания контента информационных ресурсов, функционирующих в русском секторе Интернета, станет применяться русский язык, а значительный объем материалов будет содержать информацию о событиях на территории Российской Федерации [Лукина, 2001]. Присутствие же англоязычного контента может являться показателем включенности интернет-СМИ в глобальные информационные процессы.

Таким образом, средства массовой информации в сети Интернет обладают рядом дополнительных возможностей, позволяющих отличать их от офлайновых СМИ. В частности, речь идет о наличии гиперссылок, о способах организации обратной связи с потенциальной аудиторией, интерактивности, разнообразии используемых знаковых систем, и т.д.

Кроме того, следует обратить внимание на объем информации в интернет-изданиях и периодичность обновления материалов, публикуемых в сетевых средствах массовой информации в течение определенного периода времени.

Наличие мощной обратной связи является еще одним специфическим признаком онлайн-СМИ. В отличие от телевидения или печатных изданий в интернет-СМИ в силу его технологических особенностей обратная связь в виде отзывов и комментариев на публикацию представляет больший интерес, чем сам первоисточник в виде материала.

Весьма своеобразной стороной обратной связи в Интернете является ее анонимность. Нередко даже владелец сайта не в состоянии определить хотя бы регион, из которого отправлено сообщение. Сам факт наличия таких широких возможностей общения читателей с авторами и между собой для многих СМИ является пугающим, так как предполагает бесконтрольное выражение свободного мнения и открывает, естественно, самые широкие возможности для распространения социально опасного содержания. Тем не менее, любые попытки ввести регистрацию или другие формы ограничения самовыражения на Интернет-форумах натываются на проблему резкого снижения популярности такого обсуждения и как следствие - снижение популярности СМИ. С другой стороны, наличие анонимных форумов дает большой простор для профессионального пиара, предоставляя специалисту инструмент формирования общественного мнения как бы от лица нескольких экспертов.

Так как в нашем исследовании анализу подвергаются и зарубежные, и отечественные интернет-СМИ, следует сказать о различиях российских и западных СМИ в сети Интернет. В первую очередь, это касается способа появления данного типа изданий. Почти все западные онлайн-издания были созданы по инициативе руководства оффлайн версии издания либо крупного спонсора. В России наблюдалась иная ситуация развития событий.

Формирование интернет-СМИ в 95% случаях начиналось по инициативе отдельных энтузиастов (5% - западные инвестиции).

Российские интернет-СМИ делают ставку на анонимность сети, становясь площадкой для продвижения конкретных убеждений, политических взглядов, пропагандирования идеологических установок. Зарубежные аналоги гораздо менее политизированы, хотя и не пренебрегают скрытым манипулированием общественными взглядами.

В российских интернет-СМИ наличие удаленных корреспондентов, работающих через Интернет, например, со столичными изданиями, является скорее исключениями, в то время как на западе - нормой. Аналогично, западные СМИ преимущественно используют технические средства Интернета для расширения аудитории, в то время как российские интернет-СМИ, даже те, которые являются лишь «зеркалами» традиционных СМИ, видят в Интернете пространство для расширения информационного поля.

Согласно последним исследованиям в области интернет-СМИ, ученые говорят о том, что уровень интернетизации постоянно растет и скоро сравняется с уровнем охвата телевидения. Это стало возможным благодаря дешевизне самого Интернета и связанных с ним технических средств. А такие преимущества глобальной сети как оперативность, развитая мультимедийность и т.д. проявляют себя настолько наглядно, что по последним прогнозам может привести к кризису не только печати, но и телевидения, заняв первое место по охвату населения.

В то же время повсеместное распространение интернет-СМИ порождает естественные проблемы. Учитывая мизерную себестоимость создания и поддержки такого СМИ, неудивительно наблюдать их широкое распространение, растущее с каждым месяцем едва ли не в геометрической прогрессии. Очевидно, что продолжаться бесконечно такой рост не может, так как иначе он приведет, в пределе, к ситуации «каждому землянину по интернет-изданию». Уже сейчас между теми интернет-СМИ, которые являются прибыльными элементами бизнеса, началась жестокая

конкуренция, обещающая в ближайшем будущем превратиться в настоящие медиа-войны.

### **Выводы к главе 1**

Проведенный обзор роли культуры в жизни общества, функций журналистики в аспекте распространения культурной информации, концептуально типологических основ деятельности СМИ и общих особенностей позволяет сделать вывод о том, что культура сегодня – это интегративное понятие, в которое включено не только информирование о высоких достижениях человеческого духа и творчества, но и повседневную реализацию актуальных стереотипов. Культура сегодня является генератором новых программ деятельности, поведения и общения, которые порождают реальные изменения в жизни общества, реализуясь в соответствующих видах и формах человеческой активности. Программы эти включают многообразие знаний, норм, идеалов, навыков, образцов деятельности и поведения, верований, целей, гипотез, ценностных ориентаций. Главным средством внедрения той или иной программы в общественное сознание на сегодняшний день является система средств массовой информации.

Проанализировав основные тенденции функционирования культуры в современном медиaprостранстве, мы можем сделать вывод о том, что в современном обществе культура играет важную роль. Главными культурными недостатками в современных СМИ, по мнению такой важной части общества, как журналисты, являются проявления национализма, расизма в массовой культуре, агрессивная американизация культуры, а также недостаток финансирования культурных отраслей. Кроме того, мы выяснили, что на сегодняшний день большинство придерживается позиции активного вмешательства государства в процессы культурного развития и последующего освещения результатов этого развития средствами массовой информации.



Культурно-просветительская функция журналистики, как правило, представлена в современных изданиях в связке с рекреативной, социально-регулятивной и пропагандистской функциями, что отражает изначально заложенную концепцию издания и еще раз доказывает то, что в «новой», информационной журналистике XXI века размыты границы между жанрами, функциями и концепциями СМИ.

Любой медиапродукт начинается с формулирования концепции. В свою очередь она должна соответствовать многим показателям и содержать обязательные элементы. К таковым относятся четкое понимание целевой аудитории, для которой предназначен продукт, а также поэтапное планирование. В соответствии с утвержденным направлением издание отбирает информацию и наполняет издание таким контентом, который бы в полной мере соответствовал редакционной политике компании.

С учетом того, что мы исследуем издания, которые находятся в Интернете, нами были проанализированы положительные и негативные стороны глобальной сети. Согласно последним исследованиям в области интернет-СМИ, уровень интернетизации постоянно растет и скоро сравняется с уровнем охвата телевидения. Это стало возможным благодаря дешевизне самого Интернета и связанных с ним технических средств. А такие преимущества глобальной сети как оперативность, развитая мультимедийность и т.д. проявляют себя настолько наглядно, что по последним прогнозам может привести к кризису не только печати, но и телевидения, заняв первое место по охвату населения.

В то же время повсеместное распространение интернет-СМИ порождает естественные проблемы. Учитывая мизерную себестоимость создания и поддержки такого СМИ, неудивительно наблюдать их широкое распространение, растущее в геометрической прогрессии. Уже сейчас между теми интернет-СМИ, которые являются прибыльными элементами бизнеса, началась жестокая конкуренция, обещающая в ближайшем будущем превратиться в настоящие медиа-войны. Любопытно, что, в отличие от

конкуренции между традиционными СМИ, залогом победы в конкуренции интернет-СМИ является не вложение больших финансов, а умение придумать что-то новое.

## **ГЛАВА 2. Культурная информация в концептуально различных интернет-изданиях «Deutsche Welle», «BBC» И «Lenta.ru»**

### **2.1 Функционально-тематические аспекты представления культурной информации в интернет-газете «Lenta.ru»**

Как мы выяснили в теоретической части, тема культуры в средствах массовой информации представляет собой многоплановое и разностороннее явление. Рассмотрим ее репрезентацию на примере интернет-ресурсов – русскоязычных версий «Deutsche Welle», «BBC» и интернет-газеты «Lenta.ru». Выбор интернет-изданий опосредован, во-первых, авторитетностью порталов, их частой цитируемостью. Во-вторых, выбранные издания принадлежат разным странам, что позволяет проследить, как культура, традиции, менталитет, а также существующая в стране политическая система отражаются на представлении культурной информации в немецком, британском и российском источнике информации. В-третьих, принимая во внимание то, что DW и BBC имеют давно сложившуюся, мощную традицию представления культурной информации во всем ее многообразии, с целью сравнения разноплановых изданий в качестве третьего ресурса нами была выбрана отечественная интернет-газета «Lenta.ru». Общность тематики рассматриваемых порталов позволяет выявить такие аспекты, как специфику её представления; оригинальные подходы к репрезентации контента; интересные текстовые находки; разнообразие представленного материала и глубину его подачи. В нашем исследовании нам предстоит подтвердить различия, отыскать сходство, а

также выяснить, какой опыт может перенять российская интернет-журналистика у изданий, имеющих многолетний опыт представления культурной информации. Анализ репрезентации культурной информации с учетом концепции издания определяет процедуру анализа рассматриваемых интернет-ресурсов. Он предполагает выявление общей структуры издания и степень структуры по частным разделам (рубрикации), а также статистическую характеристику исследуемого контента. Далее рассмотрим качественный анализ материалов при помощи описательного метода.

### **2.1.1 «Lenta.ru» как старейшее отечественное интернет-издание**

Lenta.ru – электронное периодическое издание, которое круглосуточно транслирует как международную, так и внутрироссийскую информацию.

Lenta.ru было основано в 1999 году Антоном Носиком при содействии Фонда эффективной политики. На сегодняшний день является одним из ведущих российских новостных интернет-изданий.

«Lenta.ru» зарегистрировано в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. Интернет-газета принадлежит холдингу «Рамблер-Афиша», объединившемуся в марте 2013 года с SUP Media.

По данным Alexa.com на март 2014 года сайт Lenta.ru занимал 16 место по популярности в России. В 2010 году после проведенного исследования русской блогосферы Гарвардским университетом, «Lenta.ru» было признано самым цитируемым источником новостей в русских блогах. В марте того же года издание получило предупреждение от Роскомнадзора. Причиной стало интервью с Андреем Тарасенко – одним из лидеров Правого сектора. После вынесения двух предупреждений в течение года два изданию грозила потеря недавно полученной регистрации. Руководством компании «Рамблер-Афиша» в лице владельца Александра Мамота было принято решение освободить от должности главного редактора интернет-газеты Галину

Тимченко, которая руководила «Lenta.ru» с 2004 года. Новым главным редактором стал Алексей Гореславский. Алексей Сергеевич имел опыт руководства интернет – изданием Взгляд.ру, а с 2013 года он занимал должность заместителя генерального директора компании по внешним коммуникациям «Афиша-Рамблер-SUP».

После назначения нового руководства в лице Гореславского более 80 сотрудников интернет-издания выступили с обращением. Журналисты заявили о том, что увольнение бывшего главного редактора Галины Тимченко и последующие кадровые перестановки в руководящем аппарате издания было предпринято с целью откровенного наступления российской властью на свободу слова. Большая часть сотрудников объявила о том, что они покидают свои посты вслед за бывшей начальницей. Следует отметить, что на момент увольнения Галины Тимченко интернет-газета «Lenta.ru» согласно проведенным исследованиям TNS являлась самым посещаемым и цитируемым средством массовой информации в Рунете.

Версию журналистского коллектива поддержали создатель «Lenta.ru» Антон Носик и стоявший у истоков издания политолог Глеб Павловский. «Взвешенная и независимая журналистика властям не нужна — нужна пропагандистская поддержка», — отмечается в редакционном комментарии газеты «Ведомости».

Несмотря на значительные увольнения и сокращения штата интернет-газеты, Гореславский объявил о том, что издание продолжает свою работу и в течение трех месяцев будет разработана новая концепция «Lenta.ru». Согласно ей, переориентированное издание должно уделять больше внимания экономике и бизнесу, отодвинув на второй план освещение социальных проблем, науки и искусства, так как, по словам главного редактора, «это показывает анализ интересов наших читателей».

По словам Софьи Ивановой - представителя Rambler&Co в результате всех кадровых перестановок редакции, количество публикуемых новостей сократилось более чем в 2 раза. Маркетинговая активность издания в

соцсетях также значительно снизила свои позиции, а ежемесячная аудитория «Lenta.ru» резко упала с 11 млн до 7 млн человек в марте 2014 года. Данные мониторинга были предоставлены TNS Web Index. В результате в апреле 2014 года на публичной странице издания «ВКонтакте» появилось сообщение о том, что настоящие социальные сети будут отделены от издания и продолжат работать в самостоятельном режиме. Сообщество было переименовано в «Лентач», а для официальных нужд издания была создана другая страница.

Хотя Алексей Гореславский называл своей задачей повышение экономической эффективности и посещаемости, по данным «Медиалогии» в феврале 2014 года индекс цитируемости «Ленты» равнялся 75 958, в январе 1554,77, в феврале 2016 — 1 229 (Приложение 1(1.1)).

Таким образом, на сегодняшний день портал «Lenta.ru» занимает второе по цитируемости место среди аналогичных российских интернет-порталов.

Число уникальных посетителей портала составляет 19,8 млн. человек в месяц, 6,5 млн. человек в неделю. Ежедневно страницу просматривают более 1,5 млн. пользователей (Приложение 1(1.1)).

Что касается целевой аудитории информационного портала «Lenta.ru», то ее читателями являются как мужчины, так и женщины, причем гендерное деление практически одинаково. Возрастные характеристики колеблются в возрасте 25-45 лет. Социальный статус – руководители и служащие (Приложение 1(1.1)).

Таким образом, портал «Lenta.ru» представляет собой новостное интернет-издание, которое подчиняется современным бизнес-процессам. Главный редактор издания на сегодняшний день – Александр Белоновский.

### **2.1.2 Культурная информация в современной версии «Lenta.ru»**

Рассмотрим далее, как представлена культурная тематика на ведущем новостном российском портале «Lenta.ru». В отличие от западных СМИ,

русский портал имеет четкую структуру. Раздел «Культура» содержит несколько подразделов, а именно:

1. Кино – 33%
2. Книги – 12%
3. Искусство – 13%
4. Музыка – 30%
5. Театр – 8%
6. Архитектура – 4%

Всего за исследованный нами период (01.05.16 – 01.05.17) на сайте было опубликовано около 3000 материалов. Как видно из представленных количественных данных, в издании в основном освещаются темы кино и музыки, что еще раз подтверждает то, что современная культурная ситуация уравнивает в своей значимости и ценности элитарное и массовое искусство, инфотейнмент набирает обороты, а интересы аудитории все больше стремятся к упрощению усваиваемой информации и развлечению.

В целом контент интернет-газеты «Lenta.ru» достаточно однотипен по характеру материалов: освещение кинопремьер, выставок художественного искусства, интервью с известными личностями, – именно они составляют большую часть контента культурного раздела издания. Очевидно, что отечественное издание уравнивает понятия культура и искусство, в основном, останавливаясь на освещении лишь одного аспекта культурной системы – художественной культуры, что имеет давнюю традицию в отечественной журналистике.

Количественный анализ публикаций показал, что в процентном соотношении информация о культуре всех стран представлена более менее равномерно. Так, 55% от всех опубликованных материалов является контентом, в той или иной степени отражающим российскую культуру, чуть меньше (45%) занимают сообщения о культурных событиях других стран.



Рис. 5 – Соотношение публикаций культурной тематики, отражающей отечественные и зарубежные события в интернет-издании «Lenta.ru» в период с 1 мая 2016 года по 1 мая 2017 года

В интернет-газете представлен ряд публикаций о культурной жизни российского общества и мировых деятелей искусств. Большую часть из них составляют статьи о музыкальном творчестве и кино. Публикации этого раздела рассказывают о творчестве исполнителей, актеров, представителей шоу-бизнеса, а также о новинках, премьерах, постановках и концертах.

Следует подчеркнуть, что искусство занимает большую часть культурной ниши данного портала. Речь идёт о музыкальной, литературной, театральной и киноведческой журналистике, которая, по мнению некоторых исследователей, относится к «специальной журналистике» [Курышева, 2007]. Особенностью специальной журналистики является то, что автор должен разбираться в обозначенной теме, ему должен быть понятен язык, на котором разговаривают его герои. Как правило, автор таких текстов в прошлом имеет смежное образование либо является экспертом в той области, о которой ведет свое повествование.

Ошибочно полагать, что специальная журналистика рассказывает лишь о жизни музыкантов, писателей, актёрах и их творчестве, а также о

предстоящих и прошедших концертах, выставках или спектаклях. Часто предметом внимания журналиста становятся и исторические процессы, социальные проблемы, вопросы карьеры и образования. Через призму искусства автору дается практически неограниченные возможности иногда в завуалированной форме рассказать о многих вещах. Например, известный журналист и музыкальный критик Денис Бояринов, беседуя с Яной Чуриковой о перезапуске канала MTV, отмечает также значение телеканала в жизни общества конца 90-х годов прошлого столетия (Lenta.ru –15/11/16). В этом плане его текст можно соотнести также и с аналитическими жанрами творчества. Глубокое понимание проблемы, исторические параллели, уверенное оперирование фактами позволяют нам говорить об этом.

Главным образом, следует выделить музыку и кино из остальных рубрик, потому что именно эти два раздела чаще всего представляют собой синтез искусства и политики. Например, в публикациях «В Бостоне прошла акция протеста против концерта Мацуева» (Lenta.ru - 30/10/16), «Учитель потребовал убрать из храмов петиции против «Матильды»» (Lenta.ru – 20/03/17).

Также следует сказать о том, что интернет-газета «Lenta.ru» предлагает аудитории качественный контент в большей или меньшей степени включающий аналитический компонент. В разделе «Культура» встречаются публикации о проблемах в отечественной культуре в экономике, связанных с цензурой, предлагаются способы их преодоления. В целом издание охватывает весь спектр культурной жизни общества, представляя аудитории не только поп-культуру, но и освещая звезд мировой классики музыки, кино и литературы сегодняшней и прошлых эпох: «Денис Мацуев представит новую программу ко Дню влюбленных»(Lenta.ru – 19/01/17), «А Иисуса Христа печатали?» (Lenta.ru – 5/04/17), «Союз композиторов России оказался на грани банкротства» (Lenta.ru – 30/03/17).

Одним из недавних разделов Lenta.ru является проект «Наследие», представленном в отдельной рубрике, опубликована информация о том, как в



России стремятся возродить давние традиции, восстановить разрушенные памятники архитектуры и письменности: «Минкульт займется возрождением русской усадьбы» (Lenta.ru - 08/02/2017), «На Арbate пообещали обеспечить контроль над стеной Цоя» (Lenta.ru - 29/03/2017), «Епископ Тихон разобрался в истории Февральской революции» (Lenta.ru - 12/03/2017). В отличие от немецкого издания DW, где исторические события России часто преподносятся в негативном ключе или ироничных материалов BBC, в интернет-издании «Lenta.ru» публикации о России и ее историческом прошлом нередко имеют немного пафосный характер, без тени иронии о прошлом, настоящем и грядущем величии страны рассказывается без учета каких-либо негативных оценок и фактов.

В отличие от двух предыдущих ресурсов, культурная информация на портале Lenta.ru представлена не только в виде информационных заметок и серьёзных аналитических материалов, но и в игровой форме и при помощи инфографики (Приложение 1(1.2)). Такие материалы направлены одновременно как на просвещение читателя, повышение его культурного уровня, так и на развлечение аудитории. При этом стоит отметить, что темы, которые авторы интегрируют в информационный повод, всегда актуальны. Например, Lenta.ru предлагает своим пользователям найти покемонов на картине Босха и заработать определённую сумму баллов на своего личного покемона. Таким образом, пользователь и развлекается, участвуя в столь популярной в последнее время игре, и одновременно знакомится с творчеством художника, фактами из его биографии и узнаёт много новой, а главное, развивающей информации, расширяющей кругозор читателя.

Необходимо отметить, что интернет-издание «Lenta.ru» является примером использования качественного визуального контента. Его концепция предполагает привлечение знаменитых фотографов и видеооператоров. По мнению американского политика Рэнд Пола, снимок должен быть структурирован, лаконичен и обладать сдержанностью [Рэнд Пол, 2014]. Именно поэтому все фотографии, представленные в данной

рубрике, характеризуются красочными цветовыми решениями, выдержанной композицией и концентрированным содержанием.

В целом концепция издания полностью отражена в публикуемом контенте «Lenta.ru». Являясь одним из первых отечественных интернет-изданий, «Lenta.ru» пользуется авторитетом у российской интернет-аудитории и формирует общественное мнение россиян в соответствии с положениями редакционной политики. Интернет-газета не ставит своей целью воздействовать на аудиторию за пределами границ РФ. Так, «Lenta.ru» пропагандирует величие России, ее процветание и стабильность, освещая мощь и активную жизнь культурной страны.

## **2.2. Особенности репрезентации культурной информации на русскоязычном сайте «Deutsche Welle»**

### **2.2.1 Основные этапы формирования «Deutsche Welle»**

«Deutsche Welle» – эта немецкая международная общественная телерадиокомпания, известная российской аудитории под названием «Немецкая волна».

История DW начинается в начале 50-х годов прошлого века, когда в 1953 году в эфир вышла первая передача DW, в которой новая радиостанция сразу озвучила свою главную миссию – а именно, содействовать налаживанию международных контактов молодой федеративной республики, а также поддержание отношений с соотечественниками, которые находились в это время за границей Германии. Всего через месяц после выхода первой программы в эфир члены Объединения публично-правовых радиостанций Германии подписали договор о создании совместной коротковолновой программы Deutsche Welle.

Новая радиостанция быстро обрела популярность не только на территории Германии, но и далеко за ее пределами. Компания одновременно вещала на английском, португальском, испанском и французском языках.

Несколько позже добавился и русский язык. На нём DW начала вещание только 1 августа 1962 года. О концепции своего вещания сама компания заявила: «Мы информируем аудиторию по всему миру о политической, экономической и культурной жизни в Германии. Мы знакомим наших слушателей с нашей, немецкой точкой зрения, на все важные, значимые события мирового масштаба». В СССР немецкие СМИ работали в условиях жесточайшей цензуры, DW постоянно глушили, однако, меняя частоты станций компании удавалось доносить свою информацию до советской аудитории.

DW позиционировала себя как источник достоверной информации не только о Германии и других западных странах, но и о событиях, происходивших в Советском Союзе. Программы на русском языке имели ряд отличительных особенностей. В частности, DW славилось разнообразием форматов радиопередач: вниманию аудитории ежедневно предлагались обзоры печати, репортажи с места событий, комментарии, аналитические передачи и пользующийся особой любовью у советского слушателя "Дискуссионный клуб" с участием известных экспертов, политиков и общественных деятелей. В этот важный, с точки зрения истории, период русскую службу Deutsche Welle возглавлял Бото Кирш (Botho Kirsch). Он руководил радиостанцией с 1966 по 1994 год.

В конце XX века в связи с политическими переменами в СССР в работе редакции DW произошли значительные изменения. В 70-х годах прошлого века большая часть программ DW была составлена по материалам немецких авторов. В 90-х годах сложилась иная традиция: почти весь контент был подготовлен журналистами русской редакции. Такое нововведение стало возможным благодаря тому, что у Deutsche Welle появилась возможность создать собственную корреспондентскую сеть в Москве и других крупных городах Советского Союза.

В начале 1995 года руководство русской редакции сменилось, и радиостанцию возглавил Миодраг Шорич (Miodrag Soric). В начале 2000-х гг.

с русской редакцией DW неожиданно прекратили сотрудничество большинство партнерских радиостанций. В связи с централизацией радиовещания, региональные радиостанции в России фактически потеряли право проводить независимую редакционную политику.

В июне 2011 года компания DW окончательно прекратила радиовещание на русском языке. Это решение было закономерным, логическим продолжением реформ, начатых двумя годами ранее. Главной причиной закрытия радиостанции стало неуклонное сокращение слушателей радио, что было связано с наступлением информационной эры и переходом основной массы российской аудитории в число интернет-пользователей.

Распространять свое влияние на глобальную информационную сеть DW начала еще в 1994 году. Компания стала первопроходцем - первой общественно-правовой медиакомпанией Германии во Всемирной паутине. Русскоязычная онлайн-редакция начала свою работу на 7 лет позже.

В 2003 году пост главного редактора русской онлайн-редакции занял Инго Маннтойфель (Ingo Mannteufel). В 2008 году он возглавил и русскую радиоредакцию Deutsche Welle, которой руководил до окончательного закрытия. В русской редакции Deutsche Welle (DW) работает около 50 штатных и внештатных сотрудников. Штаб-квартира DW расположена в Бонне (Германия). Кроме того, редакция располагает разветвленной корреспондентской сетью в крупнейших городах Германии и других странах Евросоюза, а также в целевых регионах: России, Беларуси, на Украине и в странах Центральной Азии.

Инго Маннтойфель провел ряд очень важных для развития компании реформ. В марте 2009 года под его руководством были объединены русскоязычные радио – и онлайн-редакция, изменилось соотношение аудио и видео контента, была заново определена целевая аудитория Deutsche Welle в России: «Это современные, активные, критически настроенные жители России, Белоруссии, Украины и стран Центральной Азии. Они имеют высшее образование, живут в основном в больших городах, многие из них уже

бывали за границей. Они интересуются международными темами, в первую очередь — Германией, Европой, а также тем, как их страна оценивается Европой. Они ценят плюрализм мнений, многообразие источников информации» (<http://expert.ru/2011/07/15/v-period-krizisa-lyudi-obraschayutsya-k-deutsche-welle/>).

Отказ от радио позволил редакции направить сэкономленные средства и ресурсы на развитие веб-сайта, на экспансию в социальных сетях Facebook, "В контакте", Twitter и Youtube, а также в разработку видео- и телевизионных форматов.

История компании DW насчитывает более полувека, однако, основа концепции «Немецкой волны» остается неизменной: компания по-прежнему позиционирует себя как независимый европейский источник информации для всех жителей бывшего СССР - россиян, украинцев, белорусов, казахов, таджиков и узбеков. Концептуальной особенностью русской редакции Deutsche Welle является не просто освещение политических и экономических событий в этих странах, но и оценка происходящего с точки зрения европейского экспертного сообщества.

Кроме того, DW предлагает своей аудитории аналитику, комментарии и репортажи о культурной жизни Германии и других стран ЕС, а также сервисную информацию о Германии на русском языке. На сайте Deutsche Welle можно найти справочную информацию и практические советы для туристов, студентов и молодых специалистов, планирующих учиться или работать в Германии.

### **2.2.2 Культурная информация в современной версии «Deutsche Welle»**

На немецком портале существует отдельный раздел, который носит название «Культура и стиль жизни». Именно он представляет для нашего исследования наибольший интерес. В свою очередь данный большой раздел

включает в себя рубрики, каждая из которых освещает отдельную микротему. Так, в разделе «Культура и стиль жизни» находятся рубрики:

- Биография - 3%
- Интервью – 3%
- Книги – 4%
- Музеи и выставки – 3%
- Стиль жизни – 20%
- Музыка – 15%
- Театр – 3%
- Кино – 10%
- Учёба и карьера – 7%
- История – 7%
- Окно в Германию – 20%
- Кадр за кадром (фотовыставки) – 5%

Как видно из процентного отношения, на DW наблюдается та же ситуация, что и в интернет-газете «Lenta.ru». Наибольшее количество публикаций посвящено музыке, кино, знакомству с Германией, а также такой рубрике, как «Стиль жизни». Данная рубрика представляет собой перечень материалов, рассказывающих о простейших житейских хитростях, или, как их сегодня принято называть, «лайфхаках», о праздниках, необычных традициях и способах справиться с бытовыми проблемами. Культура понимается широко, не только как художественная культура и традиция, но и как культура повседневности, формирующаяся различными трендами, в том числе и сугубо потребительскими. Так, публикации «Большая грудь - лидер "продаж" в сфере эстетической хирургии (DW- 20/04/17), «Какая еда делает нас счастливыми» (DW – 19/04/17), «Во что будут играть дети в 2017 году» (DW – 02/02/17), «Ангелы рядом с морковью: кто первый украсил елку» (DW – 07/01/17) достаточно ярко иллюстрируют данную тему. Таким образом, мы вновь можем говорить о том, что издание удовлетворяет потребность аудитории в контенте, выполняющем, в первую очередь, рекреативную функцию. Кроме того, сегодня мы можем говорить о повсеместном упрощении контента изданий, что вкупе с завлекательностью материалов

обеспечивает высокую читабельность публикаций, высокую степень обращения к ним аудитории и, соответственно, увеличение популярности того или иного издания. Таким образом, очевидно, что рыночные стратегии в DW более развиты, чем в интернет-газете «Lenta.ru».

Следует отметить, что основные разделы DW не имеют жёсткой закреплённости по темам и некоторые мелкие рубрики могут одновременно располагаться сразу в нескольких разделах ввиду разносторонности информации в публикациях.

Для выявления особенностей представленного контента нами были проанализированы материалы в период с 1 мая 2016 года по 1 мая 2017 года.

Всего за исследованный период на сайте было опубликовано 589 материалов.

Необходимо отметить, что большинство новостей в исследуемой области освещают культурную жизнь России или Германии, культурная жизнь других стран освещается заметно реже и в основном такие материалы появляются тогда, когда событие имеет мировое значение. Например, сообщение о смерти нобелевского лауреата Дарио Фо в Италии (DW – 13/10/2016) или информация об открытии международного кинофестиваля в Каннах (DW – 11.05.2016).

Количественный анализ показал, что тема российской культуры встречалась за обозначенный период в 209 материалах, немецкой культуры – в 261, других стран – в 119 публикациях (рис. 6).



**Рис. 1 – Соотношение публикаций культурной тематики, отражающей отечественные и зарубежные культурные события на сайте DW в период с 1 июня 2016 года по 1 декабря 2016 года**

Таким образом, 54% всех опубликованных материалов относится к контенту, в той или иной степени отражающему культуру Германии, чуть меньше (40%) занимают сообщения о культурной жизни России, и лишь 6% составляют материалы о культурных событиях в других странах.

Что касается тематического разнообразия материалов, то немецкое СМИ больше всего интересуют вопросы искусства, истории, науки, здоровья, а также роли русского и немецкого языков в мировом информационном обмене, вопросы межкультурной коммуникации. Межкультурную коммуникацию следует выделить отдельно, как обязательную составляющую зарубежных СМИ, где ей уделяется должное внимание и отводится особое место в перечне важнейших форм культурного взаимодействия. В отличие от зарубежных примеров, в отечественных изданиях межкультурную коммуникацию часто отодвигают на задний план, не позиционируя этот аспект культуры как проблему, интересную для общества.

Что касается искусства, то DW достаточно полно освещает всё, что связано с мировой архитектурой, музыкой, кино, театром и новинками



литературы. В освещении литературных достижений, необходимо отметить некоторые положительные тенденции. Так, если просмотреть материалы DW за прошлые года, то даже при беглом просмотре станет очевидно, что на сайте нет публикаций о русской литературе. Кое-где встречаются имена отечественных писателей, но, как правило, данные упоминания представлены либо в историческом контексте, либо для иллюстрации сравнения с немецкими писателями. Но в последнее время наблюдается повышение интереса к русской литературе, причём как к классическим произведениям, так и новинкам российского книжного рынка. Однако следует уточнить, что представленная информация о литературе в первую очередь направлена на освещение взаимодействия российской и немецкой культур. Так, на сайте DW можно увидеть такие публикации, как «Русский опыт сейчас больше востребован на Западе, чем в России» (DW -01/02/2016), «Немцы читают Михаила Булгакова» (DW - 14/05/2016), «Журнал "Берлин. Берега": Германия глазами русскоязычных писателей» (DW - 22/07/2016).

Что касается информации о российских музыкантах, актёрах и режиссерах, то в данном случае можно говорить об информационном «дефиците». В рубриках «Театр», «Кино» и «Музыка» каждый четвёртый материал рассказывает о российских деятелях искусства. Так, приведём в пример такие публикации, как «Монолог красавца Сталина: в Ростове идет пьеса о "вожде народов"» (DW - 07/03/2017), «В Москве отменили Пушкина и деньги» (DW - 12/06/2016), «Серебрянников ставит детскую оперу по сказке братьев Гримм» (DW - 09/02/2017).

В разделе «Культура и стиль жизни» русскоязычной версии DW достаточно большое количество публикаций, которые затрагивают тему науки и здоровья. Например, «Сможет ли человек жить вечно? Мнение немецких ученых» (DW – 25/10/2016), «10 рецептов утренней бодрости» (DW – 20/09/2016), «Съедобные цветы» (DW – 18/08/2016), «Летающие автомобили: революция на подходе» (DW – 09/03/2017), при этом очевидна

та же консюмеристская и утилитарная направленность подобных публикаций.

Необходимо отметить, что помимо нейтральных информационных и аналитических материалов раздел содержит рубрику пропагандистского характера – «Окно в Германию». Здесь представлена информация об исторических достижениях Германии, её богатой природной составляющей, социальных и образовательных возможностях и немецких деятелях искусства мировой величины: «Достопримечательности немецких земель» (DW – 15/03/17), «Весна в Германии» (DW – 28/03/17), «10 причин любить Берлин» (DW – 13/03/17). В целом информация скомпонована так, чтобы у аудитории постепенно вырабатывалось устойчивое представление о Германии, как об успешной, процветающей стране с большими возможностями для всех, кто в ней живет или решил переехать.

Также на портале DW постоянно публикуются материалы об исторических событиях. В отличие от остальных рубрик, в данном разделе информация о России занимает лидирующие позиции. Но, несмотря на достаточно большой блок исторической информации, как правило, прошлое России представлено с точки зрения недостатков жизни в СССР и царской России. «Креативный солдафон, царь Петр Третий» (DW - 06/03/2017), «Россия после Февральской революции: что пошло не так?» (DW - 24/03/2017), «Ленин: каким он был» (DW - 21/04/2017). Тем не менее, следует отметить, что в исторических публикациях приводятся подлинные факты, подкрепленные мнениями экспертов – историков, археологов, филологов.

Кроме того, большое внимание уделяется вопросам, связанным с российскими министерствами культуры и образования и высказываниям их министров. В этой области заметна критическая направленность издания.

В частности, за рассматриваемый нами период было опубликовано около 20 материалов, в которых говорилось о роли министра культуры России в формировании корпуса языка и законов его функционирования.

Также авторы публикаций поднимали вопросы компетентности российского министра. Приведем несколько примеров.

В подводке к карикатуре от 6.10.2016 говорилось о том, что министр культуры РФ Владимир Мединский назвал «конченными мразями» людей, ставящих под сомнение подлинность подвига панфиловцев (DW – 6/10/2016). При этом издание поместило карикатуру Сергея Елкина о «высоком уровне» общения главы минкульта. На рисунке был изображен Владимир Мединский, с неформальным жестом – поднятыми указательным пальцем и мизинцем. Подпись к карикатуре гласила: «А ты сам с какого министерства?» (Приложение 2(2.1)). Все это формирует образ министра не как официального лица, соблюдающего правила коммуникации, а как человека «с района», имеющего довольно смутные представление о культуре речевого поведения официального лица.

Издание также писало о том, что «ряд российских академиков в специальном обращении поддержали требование о лишении министра культуры РФ Владимира Мединского ученой степени. В обращении указывается, что Мединский объявляет критерием истинности и достоверности исторического труда «соответствие интересам России», которые он сам берется определять. Ученые в резкой форме критикуют данное заявление министра, указывая не то, что целью науки является поиск истины, и попытки заменить ее мифами подрывают основы научного взгляда на мир. Академики, члены неформального «Клуба 1 июля», также напомнили фразу «мрази конченые», которую Мединский произнес в адрес людей, ставящих под сомнение подлинность подвига панфиловцев. По их словам, замена полемики «площадной бранью» недопустима. Кроме того, академики обеспокоены решением Высшей аттестационной комиссии (ВАК) об отзыве дела о лишении Мединского научной степени из диссертационного совета Уральского федерального университета, где оно и должно было рассматриваться» (DW – 28/10/2016).

Таким образом, исходя из подобных публикаций, можно полагать, что в немецком издании делают вывод о том, что реформы русского языка необходимо начинать с самих чиновников. Далее, как иллюстрация, приводится карикатура Сергея Елкина, изображающая лицо с открытым ртом, в который набросан мусор ( Приложение 2(2.1)). Таким образом, материалы о попытке реформирования русского языка также имеют негативный характер. Стоит отметить, что вместо ожидаемых публикаций с полноценным анализом ситуации, комментариев экспертов, DW опубликовала серию карикатур, где в упрощенном виде отразилось отношение издания к этим ситуациям в России. Карикатура – древнейший жанр, который DW успешно использует на сайте своего издания не первый год. Эта рубрика пользуется наибольшим успехом у аудитории в силу своей злободневности, простоты, яркости, художественной составляющей. Российские темы особенно любимы карикатуристами DW, в данной рубрике каждая 2-я, 3-я карикатура посвящена проблемам в России.

Исходя из контента DW, мы можем сделать вывод о том, что к российской власти, призванной заниматься решением всех культурных вопросов страны, немецкое издание настроено негативно.

Однако совсем иначе обстоят дела в вопросах, касающихся мирового культурного наследия. Немецкое СМИ в таких публикациях проявляет толерантность, а также бережное отношение к памятникам архитектуры и природы. На сайте представлено огромное разнообразие публикаций о заповедниках, лесах, озёрах мира. Например, в материале об озере Байкал отмечается, что это *«самое большое пресноводное озеро в мире. Оно входит в Список объектов всемирного природного наследия ЮНЕСКО. Байкал - символ бескрайних просторов России и бурятская святыня. Шаманизм - часть местной культуры. И это больше, чем просто религиозный экстаз»* (DW – 15/09/2016).

Необходимо отметить, что материалы об уникальных природных объектах, как правило, подкрепляются фотографиями (Приложение 2(2.2)), а

также видеоматериалом. Видео снято в высоком качестве профессиональными режиссерами, осуществлен монтаж.

В культурном разделе DW представлен подробный перечень всех отраслей культуры, как, например, в России, Германии и Польше. Для других стран приводится краткий дайджест культурных новостей, как, например, в Болгарии или Китае. Тем не менее, рубрика культура представлена на страницах всех стран и везде находит отражение доминирующая тема культуры Германии, пропагандируемого ей стиля жизни. Таким образом, можно сделать вывод о том, что DW склонно к универсализму относительно стиля жизни и мирового художественного наследия, но при этом часть контента таргетирована в соответствии с объектом вещания. Культурная информация страны, на которую ведется вещание может подаваться в пропагандистском или, возможно, в нейтральном ракурсе в зависимости от общей политической ситуации.

Подводя некоторые итоги, отметим, что в русскоязычной версии немецкого издания «Deutsche Welle» присутствуют разнообразные материалы культурной тематики. Большинство из них посвящены событиям в России и Германии. Публикациям о правительстве, русских политических деятелях, связанных с рассматриваемым нами направлением, а также материалам о прошлом России даётся негативная оценка. Открытой оценки против «плохой России» в пользу «хорошей Германии» нет, однако акцентирование издания на положительных сторонах жизни в Германии так или иначе влияет на сознание аудитории, формируя определенное общественное мнение.

## **2.3. Особенности представления культурной информации на сайте Русской редакции ВВС**

### **2.3.1 «ВВС» как старейшее зарубежное СМИ в отечественном информационном пространстве**

ВВС (British Broadcasting Corporation) - Британская радиовещательная компания была основана 18 октября 1922 года группой предприятий как частная структура. Спустя месяц в эфир вышла первая передача ВВС. А спустя 5 лет компании была предоставлена королевская привилегия. В декабре 1932 года ВВС вышла за пределы Великобритании и начала вещание в других странах. В те годы компания ВВС называлась иновещанием «Имперской службы» и ее главной задачей было объединение англоговорящего населения всей Британской империи. Телевидение ВВС берет свое начало с 30-х годов прошлого века. Тогда как остальные вещательные компании только начинали экспериментировать с передачей изображения на расстояния, ВВС вело регулярное вещание телепередач. В 1938 году компания ВВС выпустила в эфир первые две неанглоязычные службы: Арабская и Испанская для Латинской Америки. А спустя год ВВС вещала уже на семи языках.

Сегодня корпорация ВВС – это телерадиокомпания, осуществляющая вещание на нескольких радио- и телевизионных каналах, а также имеющая обширный и влиятельный сайт в интернете.

Русская служба ВВС – это британская русскоязычная общественная радиостанция, часть Всемирной службы ВВС (BBC World Service), история которой началась 23 июня 1941 года. На ВВС было решено перевести для радиослушателей СССР и передать в эфир информацию об исторически важном событии – речь премьер-министра Уинстона Черчиля, объявившего своим соотечественникам о нападении Германии на Советский Союз.

Эта трансляция положила начало русскоязычному вещанию Британской вещательной корпорации. С тех пор в компании все чаще стали

звучать предложения о создании регулярного русскоязычного вещания. Руководство Внешней службы настаивало на целесообразности этого решения и в 1946 году после знаменитой Фултонской речи того же Черчилля BBC начало регулярное вещание на русском языке. Главными принципами, на которых основывалось вещание BBC, в том числе и для русскоязычной аудитории, были принципы: «информировать, просвещать, развлекать», которые были сформулированы еще создателем BBC лордом Ритом.

Основной отличительной чертой русской службы BBC было то, что компания не рассматривала себя как альтернативу внутреннему вещанию Советского Союза. Таким образом, информации о том, что происходит внутри границ СССР было по минимуму. Основной акцент британская компания делала на информацию о жизни в Великобритании.

Еще одной важной особенностью компании были выпуски тематических передач – радиожурналов. Выбор тем выпусков был очень широк: повседневная жизнь обычных британцев, культура и традиции Британии, книжные новинки, музыка иностранных исполнителей, религия, философия, анализ исторических эпизодов, встречи и интервью с известными людьми. Радиожурналы для советского радиослушателя выходили регулярно со времени основания службы и до 2009 года.

Первоначально такие передачи переводились с английского, но с 1970-х годов все чаще их готовили сами сотрудники Русской службы.

В марте 2011 года служба полностью перешла на спутниковое и интернет-вещание. Прекращение традиционного радиовещания BBC на русском языке было связано с серьезными сокращениями бюджета Всемирной службы BBC.

Основной платформой Русской службы BBC стал сайт [bbcrussian.com](http://bbcrussian.com). Интернет-домен Русской службы BBC был зарегистрирован в январе 1998 года» С начала работы сайта [bbcrussian.com](http://bbcrussian.com), на котором размещалось расписание передач с координатами лондонской редакции, его заполнением

занималась группа энтузиастов из числа сотрудников службы. Позже была создана команда из профессиональных журналистов, которые готовили и обновляли новостные материалы. В 2000 году руководство Всемирной службы ВВС решило разработать единый дизайн и ввести единую систему публикаций для сайтов всех языковых служб. С осени 2000 года сайт Русской службы ВВС стал обновляться круглосуточно семь дней в неделю. Отличительной особенностью сайта Русской службы являются спецпроекты ВВС. В последние годы Русская служба ежегодно публикует от 15 до 20 проектов в разделе "Аналитика".

С апреля 2012 года Русская служба размещается в новом Доме вещания, который расположен на улице Портланд-плейс в самом центре Лондона. Ранее редакция находилась в Буш-хаусе, в котором прошли 65 лет истории службы. Старое здание было возвращено прежним владельцам, а в новом доме собрались многочисленные отделы Всемирной службы, а также внутренних теле- и радиоканалов ВВС. На сегодняшний день это крупнейший медийный центр в Европе. Всего здесь работает 6 тысяч журналистов и менеджеров. Целевая аудитория ВВС сегодня определена как «люди, которых интересуют события в мире, и то, как мир относится к России». Должности управляющего редактора и редактора новостей занимают Ян Ледер и Артем Лисс. Главой русской службы ВВС является Сара Гибсон, которая начала работать на Русской службе ВВС в 1989 году. Ее репортажи о перестройке и распаде Советского Союза выходили в эфир из Лондона и из Москвы. В конце 2006 года Сара Гибсон возглавила Русскую службу ВВС. В ее обязанности входит также разработка новой стратегии Русской службы ВВС, которая заключается в том, чтобы «представлять баланс мнений, быть ближе к простым людям, быть независимым объективно освещающим события в мире изданием».



### 2.3.2 Культурная информация в современной версии «ВВС»

Русскоязычная версия «ВВС» также обращается к темам, которые включены в такое понятие, как «культура». Принципы формирования информации здесь имеют свои особенности. В среднем в день на сайте публикуются от 1 до 3 материалов данной тематики, среднее количество составляет 120 материалов в месяц. Это, несомненно больше, чем на портале «Deutsche Welle», но вдвое меньше, чем на «Lenta.ru». Среди основных тем, посвященных культуре, мы выделили:

- Наука – 30%
- Искусство – 25%
- Здоровье – 15%
- Стиль жизни – 30%

Тенденция к «омассовлению» культурной информации прослеживается и на ресурсе Русской службы ВВС. На данном ресурсе главенствующие позиции занимает научная информация и тема «Стиля жизни». Так, в рубрике «Наука» все публикации выдержаны в научно-популярном стиле. Простые, небольшого размера тексты с яркими, привлекающими внимание аудитории заголовками, такие как «Ученые: вдохновить Мунка на "Крик" могли перламутровые облака» (ВВС – 24/04/17), «Что хотят узнать ученые, исследуя сибирские "ворота в ад"» (ВВС – 06/03/17), «Ученые: слоны спят всего два часа в сутки» (ВВС – 02/03/17). «Стиль жизни» на ВВС аналогичен рубрике DW. Так, издание знакомит аудиторию с информацией о здоровом образе жизни, преобразовании окружающей среды, а также мимоходом останавливается на привычках известных деятелей искусства и звезд шоу-бизнеса: «Стоит ли нам есть насекомых, как Анджелина Джоли?» (ВВС – 02/02/17), «Стиль жизни 1970-х "поможет планете"», (ВВС – 20/04/17), «Что такое "чистое питание" и насколько оно полезно?» (ВВС – 13/04/17). В целом мы можем сделать вывод, тенденция западных СМИ к утилитарной направленности и приверженности трендам потребительского характера наблюдается и на сайте Русской редакции ВВС.

Следует отметить, что, в отличие от немецкого издания DW, где вся культурная информация со всеми ее компонентами собрана в рубрике «Культура и стиль жизни», на BBC культурная информация не настолько систематизирована и разбита по мини-рубрикам, предоставляя аудитории самой решить, что, по ее мнению, относится к культурной информации. Мы будем придерживаться традиционной точки зрения и возьмем для анализа такие темы, как искусство, история, наука и т.д.

Количественный анализ материалов показал, что в процентном соотношении информация о культуре всех стран представлена равномерно. Так, 37% от всех опубликованных материалов является контентом, в той или иной степени отражающим российскую культуру, чуть меньше (35%) занимают сообщения о культурной жизни Великобритании, и 28% составляют материалы о культурных событиях других стран.



**Рис. 7 – Соотношение публикаций культурной тематики, отображающих отечественные и зарубежные культурные события на сайте Русской редакции BBC в период с 1 мая 2016 года по 1 мая 2017 года**

На портале BBC опубликованы материалы о театре, кино, музыке, литературе, архитектуре, археологии и новейших научных разработках.

В основном тема культуры на портале соотносится с рекреационной функцией СМИ. Публикации BBC направлены на отдых и развлечение аудитории: «В Египте нашли мумии возрастом 3,5 тысячи лет» [BBC – 18/04/2017], «В Каталонии найдены следы древней рептилии» [BBC – 22/04/2017], «Опыт Голливуда: как снять кино после смерти актера?» [BBC – 10/04/2017]. Однако значительное количество публикаций выполняют еще и образовательную и идеологическую функции. Смещение искусства и политики, науки и идеологии характерно для материалов как Lenta.ru и «DW», так и BBC, однако BBC отдает предпочтение освещению не мнений, как в «Lenta.ru», и не дает положительных или негативных характеристик, как «DW», а останавливается на констатации каких-либо фактов, не акцентируя внимание на оценочности.

В частности, на портале BBC 29 марта 2017 был опубликован материал «Лауреаты "Ники" призвали власти прислушаться к участникам протестов» (BBC – 29/03/2017). В ней говорилось о том, что российские режиссеры, получившие кинематографическую премию "Ника", со сцены поддержали задержанных участников акций протеста, прошедших в городах по всей России. С большой речью выступил режиссер Александр Сокуров, который получил специальную премию "Ника" в номинации "Честь и достоинство".

Продолжает идеологическую тематику ряд публикаций, посвященных международному песенному конкурсу «Евровидение». В новостях обсуждался недопуск российской исполнительницы Юлии Самойловой в связи с нарушением украинского законодательства и отказ российских представителей певицы от предложения организаторов «Евровидения» выступать дистанционно. «Руководство "Первого канала" отклонило предложение Европейского вещательного союза организовать дистанционное выступление российской певицы Юлии Самойловой на конкурсе "Евровидение" в Киеве» (BBC – 23/03/2017), отмечается в публикации.

В контексте данного вопроса необходимо отметить, что на портале «Deutsche Welle» эта тема освещается с нейтральной позиции, а на «Lenta.ru»

параллельно даются оценки российских звезд шоу-бизнеса, общественных деятелей, которые критикуют решение украинских властей. На сайте «ВВС» данная информация не подлежит оценке, приводятся лишь факты.

Жанровая палитра материалов менее разнообразна, нежели в других рассматриваемых нами изданиях. Вместе с тем «ВВС» делает акцент на содержательной части. Поэтому даже новость здесь включает в себя исторический комментарий. Например, в публикации «Умер лауреат Нобелевской премии по литературе Дерек Уолкотт» (ВВС – 17/03/2017) сообщается также, что Уолкотт получил Нобелевскую премию по литературе в 1992 году в возрасте 62 лет, после того как на протяжении многих лет оказывался в шорт-листе награды. Также отмечается, что он считается одним из величайших авторов второй половины XX века. Далее приводятся основные факты биографии писателя.

Отдельно следует сказать о достаточно большом разделе портала ВВС, который посвящен различию русской и западной культур. На сайте представлены достаточно разнообразные материалы о жизни иностранцев в России, о различиях в традициях, культуре, языке и своеобразии менталитета русских людей. Например, публикации «Блог Страна Russia. Приходите красить детский сад» (ВВС - 21/04/2017), «Почему российские женщины преуспевают в математике?» (ВВС - 21/04/2017), «Английская леди соглашается выйти замуж только на седьмой раз» (ВВС - 14/02/2017) достаточно ярко иллюстрируют данную тему.

Освещению исторических событий ВВС отводит одно из главных мест на портале, выделяя для публикаций подобного рода отдельную рубрику. Различие материалов на историческую тематику у ВВС и DW даже при беглом просмотре становится очевидно: если на DW представлены серьезные, аналитические материалы, где выступают эксперты в лице историков, археологов и литературоведов, то публикации ВВС сразу привлекают внимание своими броскими заголовками, часто содержащих элементы языковой игры, которые предваряют скорее художественно-

публицистический материал, чем серьёзный аналитический анализ: «Историк Пер Леандер: "Мой прадед продал Ленину костюм"» (BBC - 10/04/2017), «Что происходило на улицах в феврале 17-го» (BBC - 10/03/2017), «Шесть мифов о Ледовом побоище» (BBC - 12/04/2017).

Также следует подчеркнуть отметить такой аспект содержания, как визуальный контент BBC. Материалы подкрепляются фото- и видеоматериалами. Причём в процентном соотношении их количество практически одинаково (Приложение 3).

Британским СМИ свойственна толерантность и мультикультурность, что ярко просматривается на примере BBC. Компания ставит своей целью предоставить аудитории объективную информацию, со множеством точек зрения, мнениями экспертов, фактами «очищенными» от субъективной оценки.

Подводя промежуточный итог, необходимо отметить, что все рассматриваемые нами порталы содержат темы, посвященные культуре. Несмотря на сходство в определениях, ресурсы отличаются друг от друга (Таб.1).

**Таблица 1 – Сравнительная характеристика порталов «Deutsche Welle», «BBC» и «Lenta.ru»**

<b>Критерий сравнения</b>	<b>Deutsche Welle</b>	<b>Lenta.ru</b>	<b>BBC</b>
Визуализация	карикатуры, фото	инфографика, фото	фото, видео
Наличие видео контента	да	да	да
Тематика	культура, здоровье, образование, наука, всемирное наследие, архитектура	Кино, книги, искусство, музыка, театр, архитектура	Кино, книги, искусство, музыка, театр, архитектура, политика

Политическая оценка в контексте культурной информации	Да (скрытая)	Да (выраженная)	частично
Интервью со звездами	мало	часто	часто
Среднее количество материалов в месяц	50	210	120

## Выводы к главе 2

На основе проведенного в данной главе анализа эмпирического материала мы можем сказать, что в современных средствах массовой информации подходы к отражению темы культуры могут самыми разнообразными.

Что касается тематического разнообразия материалов, то немецкое СМИ больше всего интересуют вопросы искусства, истории, науки, здоровья, а также роли русского и немецкого языков в мировом информационном обмене, вопросы межкультурной коммуникации. Межкультурную коммуникацию следует выделить отдельно, как обязательную составляющую зарубежных СМИ, где ей уделяется должное внимание и отводится особое место в перечне важнейших форм культурного взаимодействия. Зарубежным СМИ свойственна толерантность и мультикультурность, уважение к чужим традициям и религии. В отличие от западных примеров, в российских изданиях межкультурную коммуникацию часто отодвигают на задний план, не позиционируя этот аспект культуры как проблему, интересную для общества.

Также, благодаря проведенному исследованию, нам удалось отметить две тенденции в репрезентации культурной информации в зарубежных СМИ: к универсализации, касающейся образа и стиля жизни, мирового

художественного наследия, но при этом часть контента таргетирована в соответствии с объектом вещания. Культурная информация касающаяся страны, на которую ведется вещание, может подаваться в пропагандистском или, напротив, в нейтральном ракурсе в зависимости от общей политической ситуации.

Что касается отличия зарубежных и отечественных интернет-изданий в понимании культуры как таковой, то тут мы можем говорить о том, что в DW и BBC культура понимается широко, не только как художественная культура и традиция, но и как культура повседневности, формирующаяся различными трендами, в том числе и сугубо потребительскими. Так, понятие культурная информация не имеет четких границ и включает в себя и массовую культуру, и культуру повседневности, и потребительские модели поведения. Зарубежным СМИ свойственная консьюмеристская, утилитарная направленность, что еще не так явно наблюдается в отечественной журналистике. Отечественные издания, напротив, узко специализируют культуру, включая в это понятие лишь искусство, художественную культуру, что имеет давнюю традицию в отечественной журналистике.

Учитывая специфику исследуемых порталов. Можно сделать вывод о том, что немецкий сайт ориентирован на представление и продвижение немецкой культуры, выявления ее особенностей и функционирования. Главная цель «Deutsche Welle» - показать миру потенциал Германии, её туристическую привлекательность.

Главный редактор русской редакции DW подтверждает наши выводы своим высказыванием, опубликованным в разделе «Русская редакция»: «... на сайте DW вы найдете любопытные факты и практические советы для туристов, а также для тех, кто желает учиться или работать в Германии и других странах Евросоюза» (Русская редакция | [dw.com](http://dw.com)). Учитывая специфику исследуемых порталов, можно сделать вывод о том, что материалы «Deutsche Welle» направлены вовне, а «Lenta.ru», напротив, подбирает контент таким образом, чтобы воздействовать внутри границ

государства, донося информацию, прежде всего, до граждан своей страны. В концепции BBC трудно выделить очевидную тенденцию. Материалы гетерогенного характера освещают, как внутренние процессы в стране, так и представляют аудитории взгляд извне. В целом BBC наиболее последовательно реализует принцип объективности

Важно подчеркнуть, что и интернет-газета «Lenta.ru», и немецкое издание «Deutsche Welle» являются политизированными источниками информации. В концепции изданий, в самом тематическом содержании, касающемся культуры, а именно – искусства, науки, религии, истории, так или иначе, просматривается отношение данных СМИ к политике своей страны и представителям ее власти. Соответственно, это отношение формирует курс издания, который направлен на продвижение своей страны вперед, за счёт внимания к положительным сторонам, порой даже преувеличения достижений своей страны через контент. Отсюда мы можем сделать вывод о том, что к культурно-просветительской функции тесно примыкает пропагандистская функция, которая стремится к реализации иных целей. Такая гибридизация культурного просвещения с пропагандой приводит к формированию массового сознания, определяемого концепцией того или иного издания. Речь идёт как о влиянии на сознание, через создание общественного мнения, так и о непосредственном воздействии на аудиторию. Наиболее ярко пропагандистская функция проявляется в исследуемых изданиях через событийно-исторический контекст, где через представление выборочных фактов из прошлого стран издания формируют у аудитории положительное или, напротив, негативное представление о стране и ее культуре.

Однако манипулирование общественным мнением может носить разный характер. Так, в «Lenta.ru» нами были отмечены примеры эксплицитного манипулирования. На примере материалов культурной тематики, посвященных напряженным отношениям с Украиной видно, что «Lenta.ru» даже в культурном отношении в крайне негативном свете



выставляет все действия этой страны. Также обстоит ситуация и с другими недружественными странами, расходящимися во мнениях с Россией. Издание насыщено мнениями отечественных представителей шоу-бизнеса, известных деятелей искусства, посредством которых в общественном сознании формируется негативное представление о тех или иных странах, народах, культуре.

В «DW», напротив, использовано имплицитное манипулирование мнением аудитории. Так, через привлекательность природы Германии, её историю и сложившиеся традиции, в свете пропагандируемого сегодня стиля жизни, издание скрытым, не выраженным образом формирует положительный образ Германии как страны, где жить хорошо, выгодно и удобно. BBC, несмотря на прошлые обвинения в мягкости и демократичности по отношению к российской власти, сегодня представляется относительно независимым источником информации, занимающим нейтральную позицию объективного представления информации.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Культурное пространство человека в современном мире в большей степени формируют различные средства массовой информации.

Интернет и телевидение, открывая новые неизведанные информационные пространства, упорно продолжают вытеснять из культурных потребностей современного человека посещение музеев, театров, библиотек. Каждый человек осуществляет свой способ видения мира через формирование культурного пространства. Речь идет как о создании внешних знаковых форм (костюм, архитектура, интерьер), так и об изменении образа жизни, конструировании его нового облика.

Глобализация культуры, как и любое явление, рассматривается с двух сторон – негативной и позитивной. Двустороннее влияние медиакультуры играет значительную роль при формировании представлений человека о современном мире. К плюсам культурной глобализации относится формирование единого информационного пространства, расширение культурного обмена. В этих условиях необходимо формирование новой культуры – информационной, новой знаний и умений, новой этики. К негативным последствиям следует отнести распространение манипулятивных технологий, стандартизацию культурных ценностей и другие деструктивные факторы.

Проведенное нами исследование показало, что порталы «Lenta.ru», «BBC» и «Deutsche Welle» представляют собой авторитетный современный медийный продукт, направление и содержание которого зависит от концепции издания. Совмещая с культурно-просветительской и информационной, рекреативную и пропагандистскую функции, изученные интернет-СМИ имеют значительный потенциал воздействия на аудиторию. Каждое из интернет-изданий определяет для себя наиболее перспективный план развития мировоззрения аудитории, формирования ее приоритетов

путем представления того контента, который соответствует целям и задачам СМИ.

При анализе публикаций исследуемых интернет-ресурсов нами была выявлена тенденция к «омассовлению» культурных форм и утилитарной направленности. Издания удовлетворяют потребность аудитории в контенте, выполняющем, в первую очередь, рекреативную функцию, что соответствует рыночной стратегии современных СМИ.

Кроме того, нами было отмечено, что публикации «Deutsche Welle» направлены вовне, за границы Германии. Контент работает на привлечение притока туристов, новых студентов, специалистов из других стран. В содержании публикаций отмечены все плюсы жизни в Германии. «Lenta.ru», напротив, подбирает контент таким образом, чтобы воздействовать внутри границ государства, создавая положительный образ своей страны, при этом допуская негативные факты, касающиеся других государств. BBC в соответствии с провозглашенной концепцией стремится сохранить баланс и декларируемую объективность, уделяя большое внимание качеству текстов, их достоверности и экспертной подтвержденности.

## Список источников

1. Русская редакция // DW - <http://www.dw.com/ru/>
2. BBC Русская служба // BBC - <http://www.bbc.com/russian/news>
3. Lenta.ru - <https://lenta.ru/>
4. Какая еда делает нас счастливыми // DW – 19/04/17
5. Во что будут играть дети в 2017 году // DW – 02/02/17
6. Большая грудь - лидер "продаж в сфере эстетической хирургии" // DW- 20/04/17
7. Ангелы рядом с морковью: кто первый украсил елку // DW – 07/01/17
8. В Италии скончался лауреат Нобелевской премии по литературе Дарио Фо // DW – 13/10/2016
9. В Каннах открылся 69-й международный кинофестиваль // DW – 11/05/2016  
Алё, это министерство культуры? //DW – 06/10/2016
10. Российские академики выступили за лишение Мединского ученой степени. //DW – 28/10/2016
11. Шаманы с озера Байкал - цикл "От Петербурга до Камчатки" // DW – 15/09/2016
12. Русский опыт сейчас больше востребован на Западе, чем в России. //DW – 01/02/2016
13. Немцы читают Михаила Булгакова. //DW – 14/05/2016
14. Журнал "Берлин. Берега": Германия глазами русскоязычных писателей. // DW – 22/07/2016
15. Монолог красавца Сталина: в Ростове идет пьеса о "вожде народов" // DW – 07/03/2017
16. В Москве отменили Пушкина и деньги. //DW – 12/06/2016
17. Серебренников ставит детскую оперу по сказке братьев Гримм. // DW – 09/02/2017
18. Съедобные цветы //DW – 18/08/2016
19. 10 рецептов утренней бодрости // DW – 20/09/2016
20. Сможет ли человек жить вечно? Мнение немецких ученых // DW – 25/10/2016
21. Достопримечательности немецких земель // DW – 15/03/17
22. Весна в Германии // DW – 28/03/17
23. 10 причин любить Берлин // DW – 13/03/17
24. Летящие автомобили: революция на подходе. //DW – 09/03/2017

- 25.«Креативный солдафон, царь Петр Третий» // ВВС - 06/03/2017
26. «Россия после Февральской революции: что пошло не так?» // ВВС - 24/03/2017
- 27.«Ленин: каким он был» // ВВС - 21/04/2017
- 28.Ученые: вдохновить Мунка на "Крик" могли перламутровые облака // ВВС – 24/04/17
- 29.Что хотят узнать ученые, исследуя сибирские "ворота в ад" // ВВС – 06/03/17
- 30.Ученые: слоны спят всего два часа в сутки // ВВС – 02/03/17
- 31.«В Египте нашли мумии возрастом 3,5 тысячи лет» // ВВС - 18/04/2017
- 32.«В Каталонии найдены следы древней рептилии» // ВВС - 22/04/2017
- 33.«Опыт Голливуда: как снять кино после смерти актера? // ВВС - 10/04/2017
- 34.Лауреаты "Ники" призвали власти прислушаться к участникам протестов // ВВС – 29/03/2017
- 35."Первый канал" отверг идею выступления Самойловой на "Евровидении" по видеосвязи // ВВС – 23/03/2017
- 36.Умер лауреат Нобелевской премии по литературе Дерек Уолкотт. // ВВС – 17/03/2017
- 37.Блог Страна Russia. Приходите красить детский сад // ВВС – 21/04/2017
- 38.Почему российские женщины преуспевают в математике? // ВВС – 21/04/2017
- 39.Английская леди соглашается выйти замуж только на седьмой раз // ВВС – 14/02/2017
40. Историк Пер Леандер: "Мой прадед продал Ленину костюм" // ВВС – 10/04/2017
- 41.Что происходило на улицах в феврале 17-го // ВВС – 10/03/2017
- 42.Шесть мифов о Ледовом побоище // ВВС – 12/04/2017
- 43.В Бостоне прошла акция протеста против концерта Мацуева // Lenta.ru - 30/10/16
- 44.Учитель потребовал убрать из храмов петиции против «Матильды» // Lenta.ru – 20/03/17
- 45.Денис Мацуев представит новую программу ко Дню влюбленных // Lenta.ru – 19/01/17
- 46.А Иисуса Христа печатали? // Lenta.ru – 5/04/17
- 47.Союз композиторов России оказался на грани банкротства //

Lenta.ru – 30/03/17

48. Минкульт займется возрождением русской усадьбы //

Lenta.ru – 08/02/2017

49. На Арбате пообещали обеспечить контроль над стеной Цоя. //

Lenta.ru – 29/03/2017

50. Епископ Тихон разобрался в истории Февральской революции. //

Lenta.ru – 12/03/2017

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акопов, А.И. Методика типологического исследования периодических изданий [Текст] / А.И. Акопов // Иркутск: Изд-во Иркутского университета, 1985. – 96 с.
2. Беспмятнова, Г.Н. Российский телевизионный infotainment: истоки и особенности коммуникации в современном мире [Текст] / Г.Н. Беспмятнова // Материалы Российской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации», 11–12 мая. – Воронеж, 2005..
3. Богданова, Е.М. Феномен инфотейнмента или о превращении информации в развлечение на телевидении [Текст] / Е.М. Богданова // Прикладная культурология: Калейдоскоп идей: сб. ст. / под ред. И. Г. Хангельдиевой, Н. Г. Чаган. – М: Изд. дом Международ. ун-та в Москве, 2010.
4. Гатов, В. В. Мысли о медиапроектах. Для студентов и интересующихся [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://postjournalist.ru/?p=165>
5. Градюшко, А.А. Основы интернет-журналистики [Текст]/ А.А. Градюшко. – Минск, 2012.
6. Грицанов, А. А. Новейший философский словарь [Текст] / А.А. Грицанов. – Минск, 1999
7. Губанков, А.Н. Сетевые СМИ в культурном пространстве города: коммуникация, интерпретация, диалог [Текст]/ А.Н. Губанков. – Санкт-Петербург, 2011, с.26
8. Гуревич, С. М., Иваницкий В. Л., Назаров А. А., Щепилова Г. Г. Основы медиамаркетинга [Текст] / Под ред. С. М. Гуревича. – М, 2007.
9. Дедкова, Т.Ф. Проблематика СМИ [Текст] / учеб. пособие под ред. М.В. Шкондина, Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой // Культурологическая проблематика. – М.,2008. – 316 с.
10. Дзялошинский И. Российская пресса в поликультурном обществе: Толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения [Текст] / под ред. А.Г. Асмолова // Культура как пространство смыслов. – 2001.

11. Дзялошинский, И. М., Дзялошинская, М. И. Концепция современного периодического издания [Текст]: учебно-методическое пособие. – М.: МедиаМир, 2012.
12. Дмитриев, Л.А. Телевизионные жанры [Текст] / Л.А. Дмитриев. – М., 2011. С.91.
13. Жирков, Г.В. Просветительская функция журналистики в исторической ретроспективе [Текст] / Г.В. Жирков // Просветительская миссия журналистики: к 300-летию русской печати. Сб. Вып. 3. – СПб., 2004. – С. 75 – 98.
14. Западов, А.В., Соколова Е.П. Тип издания как научная проблема и практическое понятие [Текст] // Вестник Московского университета, 1976. № 2.
15. Зверева, В.В. Инфотейнмент на российском телевидении [Текст] / В.В. Зверева. – М., 2004
16. Зверева, Н.В. Школа тележурналиста [Текст] / Н.В. Зверева. — Нижний Новгород: Издательский дом Минакова, 2009.
17. Иваницкий, В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ [Текст] / В.Л. Иваницкий. – М, 2010.
18. Интернет-СМИ: Теория и практика [Текст] / Под ред. М.М. Лукиной. – М., 2010
19. Калмыков, А.А. Медиалогия интернета [Текст] / А.А. Калмыков. – М., 2012.
20. Калмыков, А.А., Коханова, Л.А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eartist.narod.ru/text16/022.htm> (Дата обращения 14.12.2015)
21. Кириллова, Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну [Текст] / Н.Б. Кириллова. – М.: Академический проект, 2005. – 448 с.
22. Князева, М.Л. Эволюция идеи ценности труда и формирование стратегий культуры в СМИ [Текст] / М.Л. Князева // Журналистика в 2011 году. Мат. междунар. науч.-практ. конф. М.: Ф-т журн. МГУ, 2012.
23. Кондаков, В. И. Русская культура [Текст] / В.И. Кондаков. – М., 1998. – С.11
24. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики [Текст] / С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2001



25. Корконосенко, С.Н. Основы творческой деятельности журналиста [Текст] / С.Н. Корконосенко. – М., 2000.
26. Короченский, А. П. Журналистика и медиаобразование в XXI веке [Текст] / А.П. Короченский // : Ж 92 сб. научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. Белгород : Изд-во БелГУ, 2006. - 368 с.
27. Курышева, Т.А. Музыкальная журналистика и музыкальная критика [Текст]: учебное пособие / Т.А. Курышева. — М., 2007.
28. Лазутина, Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. — М.: Аспект Пресс, 2011. — 320 с.
29. Лукина, М.М. СМИ в домене Ру: хроника, цифры, типы [Текст] / М.М. Лукина // Вестник МГУ, серия 10 «Журналистика». – 2001. - №6
30. Лукина, М.М., Фомичева, И.Д. СМИ в пространстве Интернета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text19/034.htm> (Дата обращения 14.12.2015)
31. Никитенко, А.А. Видовая и типологическая дифференциация интернет-СМИ: теория и прагматика [Текст] // Дисс... к.ф.н. – Воронеж, 2013.
32. Новая философская энциклопедия / Под ред. В. С. Стёпина. В 4 т. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [[http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy/2537/КОНЦЕПЦИЯ](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/2537/КОНЦЕПЦИЯ)]
33. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики [Текст] / Е.П. Прохоров. – М., 2013.
34. Рэнд Пол. Дизайн: Форма и хаос [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.artlebedev.ru/izdal/design-form-and-chaos/>
35. Стёпин, В.С. Культура [Текст] / В.С. Степин // Новая философская энциклопедия: В 4т. - М., 2001. - Т.2.
36. Суворова, С.П. Реализация просветительной функции журналистики в современных общероссийских газетах [Текст] // Дисс. к. ф. н. – М., 2006. – 232 с.

37. Сухов, П.В. Интернет-СМИ Рунета: системные характеристики [Текст] // Дисс. к.ф.н. – М., 2005.
38. Толоконникова, А.В. Вещатели и производители программ на российском телевизионном рынке [Текст]: справочник // А.В. Толоконникова. — М., 2009.
39. Тяжлов, Я.И. Медиаобразование, медиакритика, медиакультура, кинокритика как факторы формирования медиакомпетентности [Текст] / Я.И. Тяжлов // Научные ведомости, серия Гуманитарные науки №24(выпуск 28), 2015 год
40. Федоров, А.В. Медиакомпетентность современной молодежи: проблемы и тенденции [Текст] / А.В. Фёдоров // Молодежь и будущая Россия / Отв. ред. Ю.С. Пивоваров. - М.: Изд-во РАН, 2008. - С. 460-465.
41. Федотова, Н.А. Рекреативные функции СМИ [Текст] / Н.А. Федотова // Дисс... к.ф.н. – М., 2010.
42. Философский энциклопедический словарь [Текст]. – М.: Изд-во Советская энциклопедия, 1983.
43. Фролова, В.И. Экспертное интервью для делового интернет-СМИ: специфика моделирования медиатекста // Медиаскоп. – 2014. - №4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1644> (Дата обращения 14.12.2016)
44. Черникова, Е.В. Основы творческой деятельности журналиста [Текст] / Е.В. Черникова. – М., 2012.
45. Шкондин, М.В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога [Текст] / М.В. Шкондин. – М., 2002.

# ПРИЛОЖЕНИЕ 1

## 1.1 «Lenta.ru»



Рисунок 2 – Индекс цитируемости Lenta.ru



Рисунок 3 – Охват аудитории портала Lenta.ru

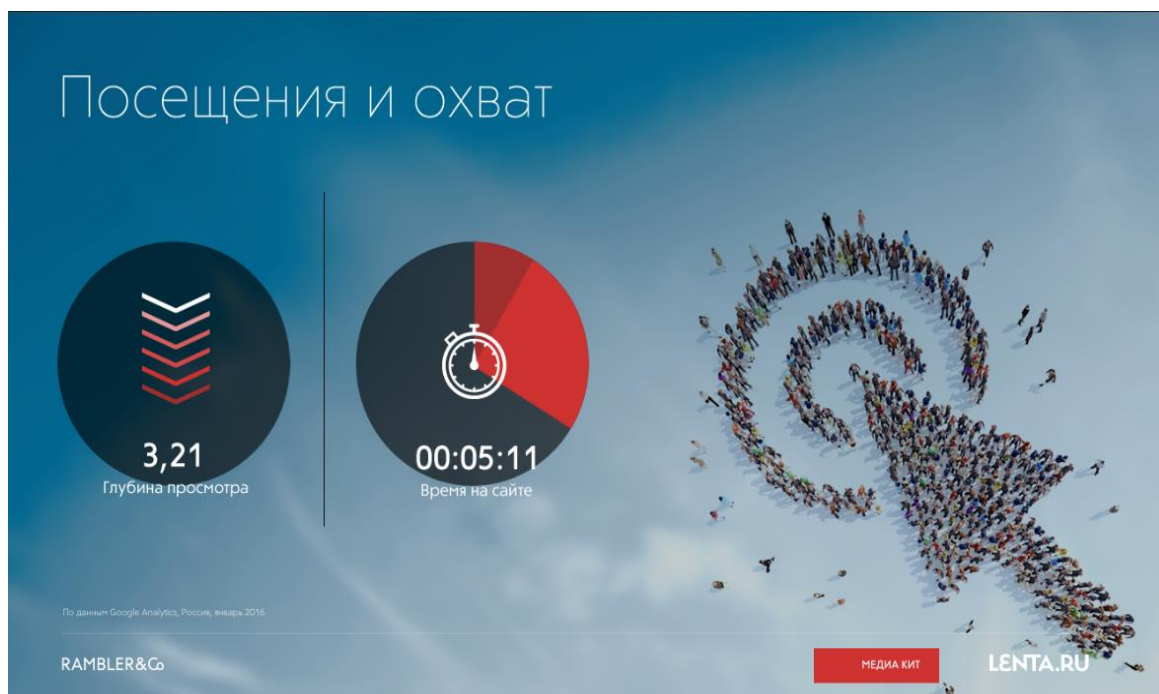


Рисунок 4 – Глубина просмотра портала Lenta.ru

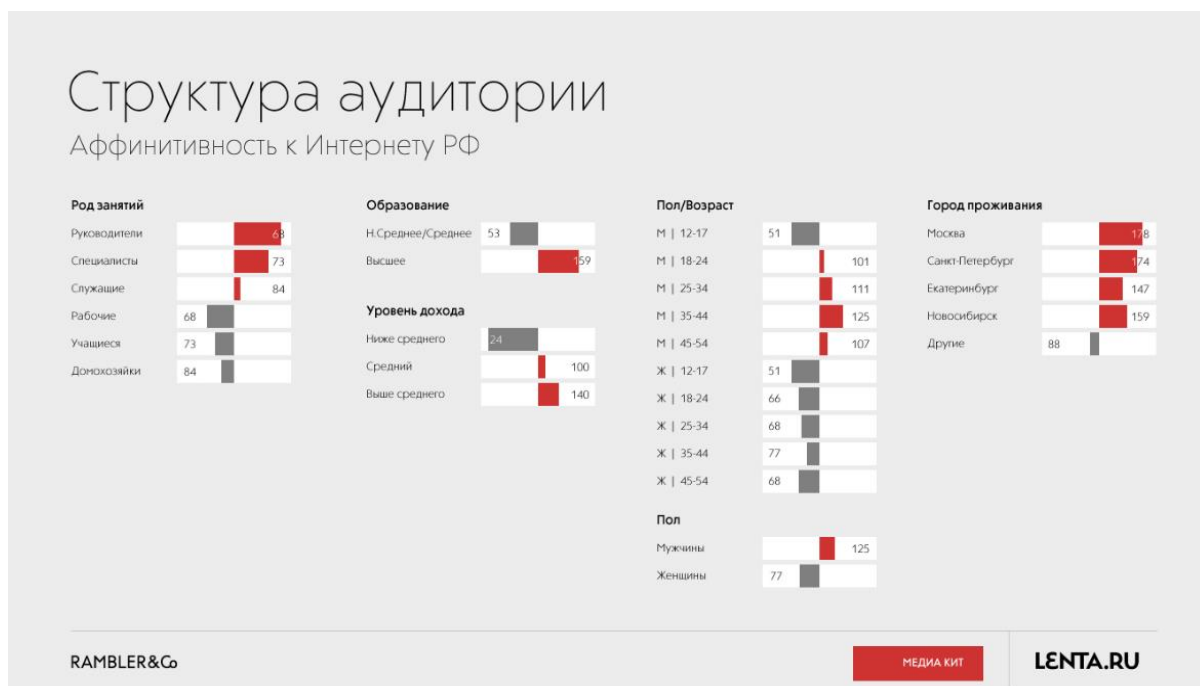


Рисунок 5 – Структура аудитории Lenta.ru

## 1.2 «Lenta.ru» - инфографика



Найди Покемона на картинах Босха на портале «Lenta.ru» (игра)



Инфографика по мотивам популярного сериала «Игра престолов»

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Сайт DW

### 2.1 Карикатуры



Карикатура на министра культуры РФ Владимира Мединского

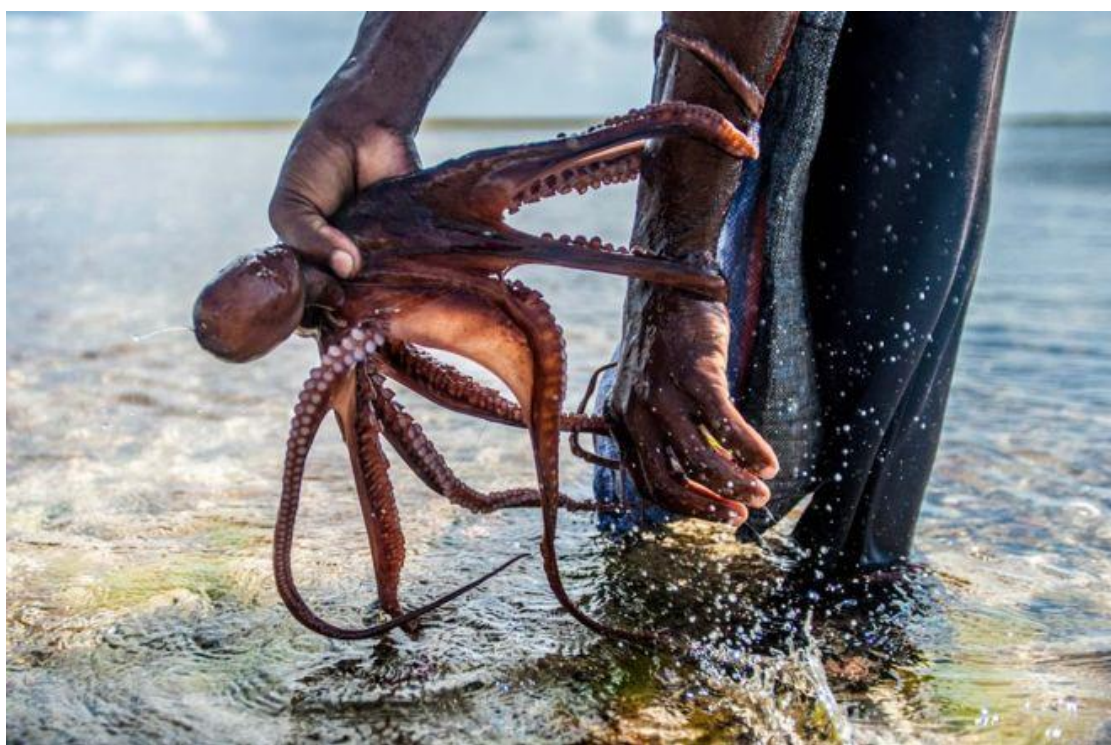


Карикатура на тему борьбы российских государственных структур за чистоту русского языка

## 2.2 Фотографии, иллюстрирующие материал «8 самых красивых парков Европы»



### ПРИЛОЖЕНИЕ 3. фотоконтент ВВС





## Приложение 4

### Пример публикации в интернет-газете «Lenta.ru»

#### *А Иисуса Христа печатали?*

##### *Литература цензурная и нецензурная*

*В Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» состоялась международная научная конференция «Русская неподцензурная литература XX века: индивидуальные практики, сообщества, институции». «Неподцензурная литература» — это такой термин, которым теперь обозначают литературу советского времени, прежде всего 1950-1980-х годов, существовавшую параллельно с советской литературой, не публиковавшуюся государственными издательствами (а других тогда не было) и распространявшуюся только в самиздате. Раньше говорили — неофициальная литература, или — андеграунд. На что поэт Всеволод Некрасов (а ему на конференции была посвящена целая секция) с возмущением отвечал: «Какой такой андеграунд? Еще скажите марихуана...»*

*Эта литература (поэзия, проза) не допускалась цензурой до читателя и потому никак не участвовала в официальном литературном процессе. То есть ее как бы и не было. Но она была. И когда в годы так называемой перестройки цензуру отменили, советский литературный истеблишмент, привыкший к тепличным условиям на государственном спецпайке, почувствовал себя очень неудобно. Один уважаемый критик (не из пропагандистов, вполне либеральный) даже в сердцах цыкнул, процитировав сказку Евгения Шварца: «Тень, знай свое место!» Кто тут тень и у кого какое место, это еще большой вопрос. Но мы сейчас не об этом.*

*Дело не в том, что эта литература запрещалась советской цензурой. Дело в том, что эта литература создавалась без цензуры. Без пресловутого внутреннего цензора, который сидел в голове у каждого советского литератора. И между прочим, только так может создаваться настоящая литература. Все прочие варианты заведомо обречены на художественную вторичность.*

*Ахматова рассказывала, как к Мандельштаму однажды пришел молодой поэт с жалобами на то, что его не печатают. Мандельштам его выгнал с криками: «А Андре Шенье печатали? А Сафо печатали? А Иисуса Христа печатали?» Как известно, Мандельштам делил все произведения мировой литературы на разрешенные и написанные без разрешения. И говорил: «Первые — это мразь, вторые — ворованный воздух. Писателям, которые пишут заранее разрешенные вещи, я хочу плевать в лицо,*

*хочу бить их палкой по голове и всех посадить за стол в Доме Герцена, поставив перед каждым стакан полицейского чаю и дав каждому в руки анализ мочи Горнфельда». Почтенный литкритик и переводчик Горнфельд тут, правда, совсем ни при чем — Мандельштам тогда был зол на него, вот и пнул походя. Вполне достаточно было бы просто анализа мочи, с которым разрешенная литература, написанные в угоду властям стихи, безусловно, схожи.*

*И даже не в угоду властям, а просто с учетом их мнения. В мае 1945 года в освобожденной Праге молодой советский офицер и поэт Ян Сатуновский встретился с матерым советским писателем и поэтом Ильей Эренбургом, показал ему свои стихи. Состоялся обстоятельный разговор. Стихи мэтру очень понравились. «Но ведь их никогда не напечатают», — вздохнул он.*

*Видимо, он считал, что советская власть будет вечной. Но ошибся. Да, эти стихи не напечатали даже в эпоху оттепели (сам термин, кстати, придумал именно Эренбург), однако стихам это ничуть не повредило и не помешало в конце концов дойти до читателя, заняв свое место в русской поэзии (отнюдь не «теневое»).*

*Ну, а в собственно советской литературе, сразу создававшейся с учетом мнения начальства, то есть в рамках заданной еще школьным букварем идеологии, с этим, конечно, было сложнее. И речь даже не о жанре «чего изволите», откровенных агитках. Те же шестидесятники считались оппозиционными власти, но власть их, поругивая, в целом не запрещала. Потому что они были, как сказал бы Ленин, «полезными идиотами». Они агитировали не за страх, а за совесть, поскольку сами разделяли основы советской доктрины, верили, как герой фильма «Застава Ильича», в песню «Интернационал», и вся их оппозиционность была в том, что Сталину, «устроившему 1937 год», они противопоставляли Ленина (которого «надо убрать с денег»). По этому поводу у Вс. Некрасова есть стихотворение:*

***верите ли***

***а ведь вот они верили***

***ведь им ведь велели***

*Никто и не сомневается: искренне верили. Наивно. И получали за это некоторые дивиденды: возможность не стоять у станка, а сидеть за пишущей машинкой, членский билет Союза писателей СССР, публикации в государственных изданиях, гонорары, тиражи, выступления... Вот такая искренность и наивность.*

*Проблема в том, что с советской идеологией нельзя было валять дурака. Только с ней свяжешься — пиши пропало. Думаешь, это ты ее дуришь, а на самом деле она облапошивала всякого.*

*Впрочем, в поэзии, вообще в искусстве это верно для любой идеологии. В искусстве надо заниматься прежде всего искусством, а все прочее — и социальная значимость, и этическая, и философия (а значит, и идеология) — приложится. Вот обратное неверно, обратное — это просто катастрофа, художественная катастрофа.*

*Неважно, из какой идеологии исходит искусство. Если искусство исходит из какой-то идеологии, это уже не искусство. А так, второй сорт, осетрина не первой свежести.*

*И это тоже своего рода цензура. Она может быть самой разной: либеральная, охранительская, религиозная... В этом смысле правы те участники конференции, которые говорили, что противостояние цензурной и неподцензурной литературы сохраняется. Но ведь по сути это противостояние литературы и чего-то другого, использующего литературу лишь как средство достижения своих внехудожественных целей (пусть даже самых благородных). Так было всегда. Так будет всегда. Просто не надо, чтобы «тайная свобода», воспетая Пушкиным и Блоком, подлинная, внутренняя свобода художника переходила на нелегальное положение, как в советскую эпоху. Это нам вроде бы уже не грозит — хотя бы потому, что знаем, пробовали. И очень не понравилось.*

## **Пример публикации на сайте русскоязычной версии «Deutsche Welle»**

### ***Какую русскую литературу читают немцы***

*6 июня откроется перекрестный Год немецкого и русского языков и литературы в России и Германии. Насколько популярна среди немцев русская литература? Какие книги они читают?*

*Сказать, что полки немецких книжных магазинов завалены переводами с русского, было бы преувеличением. В Германии каждый год выходит без малого 100 тысяч новых книг (названий, разумеется, а не тиражных экземпляров). Переводных изданий - английских, французских, испанских, итальянских, японских и так далее - среди них вообще сравнительно немного: около 10 процентов. Русский язык - в первой десятке (кстати, единственный из славянских языков). Но абсолютные цифры таковы: новых переводов с русского за последние четыре года вышло в Германии около шестисот.*

### ***Классика и не только***

*Однако подчеркну: новых переводов! Потому что как раз самые читаемые произведения русской литературы в Германии - классика, которую эта статистика практически не учитывает. Представить себе немецкую гимназию без изучения Толстого и Достоевского невозможно. Тем более невозможно представить себе без них любой мало-мальски приличный немецкий книжный магазин. Само собой разумеется, книги эти не просто лежат, а хорошо раскупаются. Если бы это было не так, не выходила бы в Германии каждые два - три года, например, "Анна Каренина" в новом переводе на немецкий. Всего таких переводов существует уже больше двух десятков!*

*Достаточно заглянуть в любой крупный книжный магазин и познакомиться с планами немецких издательств - и вы увидите, сколько прекрасных произведений русской литературы уже вышло или скоро выйдет в Германии. Это "Война и мир" и "Анна Каренина" Льва Толстого, новый перевод его "Севастопольских рассказов", "Братья Карамазовы", "Преступление и наказание" и "Дядюшкин сон" Достоевского, "Мертвые души" Гоголя, собрание сочинений Чехова, "Собачье сердце" и "Роковые яйца" Булгакова... Причем немцы переводят и издают не только широко известные шедевры русских классиков. Сейчас выходит прекрасное двуязычное (русский оригинал плюс перевод) издание повести Достоевского "Слабое сердце", впервые на немецком языке публикуется роман Льва Толстого "Семейное счастье" (который, правда, сам мастер как-то назвал "постыдной гадостью", но критики считают великолепным эскизом к "Анне Карениной"). Заметим, что речь здесь идет только о печатных изданиях. Практически*

*все то же самое, да еще собрания сочинений русских классиков выходят в Германии параллельно и в электронном варианте.*

*Но немцы читают не только русскую (или русскоязычную) классику. Бывая каждый год на крупнейшей в мире Франкфуртской книжной ярмарке, я всегда поражаюсь, как много там самых разных переводов с русского. На последней ярмарке главными были, разумеется, книги Светланы Алексиевич, которая получила Премию мира Союза немецкой книготорговли. Мастер документально-художественной прозы, автор таких замечательных книг, как "Цинковые мальчики", "У войны не женское лицо", "Чернобыльская молитва" и других, живет в Беларуси, но книги ее написаны по-русски и в оригинале издаются сейчас в России.*

### **Эпос и криминал**

*Достоинно соседствуют с книгами Светланы Алексиевич роман "Предел забвения" Сергея Лебедева, получивший в Германии очень хорошую критику, как профессиональную, так и читательскую, стихи Максима Амелина, новое издание "Мастера и Маргариты" Булгакова, эпический "Зеленый шатер" Людмилы Улицкой, которому в 2012 году крупное берлинское издательство, выпустившее этот роман, отвело "звездное" место на своем стенде, "Воспоминания об Анне Ахматовой" Надежды Мандельштам, роман Гайто Газданова "Призрак Александра Вольфа"...*

*Из успешных изданий современной российской литературы последних двух-трех лет отмечу также "Акимуды" Виктора Ерофеева, романы Владимира Сорокина (сейчас готовится немецкое издание "Метели"), "Запас табака" Дмитрия Дергачева... Но в Германии также выходят детективы Марининой, Донцовой, Дашковой. "Женский криминал" из России представляет определенный экзотический интерес для немецкого читателя, несколько пресыщенного не только американской, но и скандинавской литературой этого жанра. Впрочем, с тиражами даже скандинавских конкурентов, не говоря уже об американцах и немцах, детективы, боевики и триллеры из России пока сравниться не могут.*

## Пример публикации на сайте Русской редакции ВВС

### *Блог Страна Russia. Приходите красить детский сад*

*Из департамента образования Москвы пришла директива: покрасить детский сад. Помогать вызвали родителей, в тихий час. "А старую краску не зачищать?" - спросил Пьер, выдавая европейский подход. Возникли и другие вопросы.*

*Татьяна и Пьер Дюлу пишут для блога "Страна Russia" о жизни иностранцев в России.*

*Татьяна Дюлу: "Мама, вы завтра должны обязательно все покрасить!" - хором сказали пятилетние дочки, когда я приехала вечером забирать их из сада.*

*Воспитатели уточнили: родители должны прийти и помочь красить все, что имеется на территории сада - от веранд и скамеек до качелей и горок.*

*"А зачем сейчас красить детский сад? - спросил у меня вечером Пьер. - Там же дети!"*

*"Потому что весна, - сказала я. - Весной у нас всегда все красят - это традиция".*

*Руководство сада, правда, пыталось убедить директора школы, к которой относится наше дошкольное отделение, перенести покраску хотя бы на май: в Москве сейчас холодно, идут дожди, ничего не высохнет, дети не смогут гулять.*

*Но директор все равно велел красить и даже сказал, что проверит лично. А в департаменте образования Москвы, откуда и пришла директива, дали срок - до 20 апреля. Иначе саду грозит штраф - 30 тысяч рублей.*

*Пьер Дюлу: Чтобы получить разрешение на отгул во Французском лицее, где я работаю, мне нужно заполнить специальную форму, указать дату, время и причину. Я просил освободить меня на три часа. Когда я принес бумагу на подпись, заместитель директора удивленно спросил:*

*"А зачем вам красить детский сад?"*

*"Я не знаю, - честно признался я. - Но если не покрасить - у сада будут проблемы".*

*"Очень странно", - сказал мой начальник, но бумагу подписал: я так редко прошу отгулы, что в лицее знают — если прошу, значит очень надо.*

*На следующий день мы надели на себя то, что не жалко, и в час дня подъехали к саду — воспитатели как раз должны были уложить детей спать.*

*По аллее, ведущей к воротам, шли другие родители. Вместе мы походили на толпу нищих — все оделись так, чтобы испорченные вещи не жалко было выбрасывать.*

*Кстати, воспитатели просили так же одевать в сад и детей в течение какого-то периода: краска долго не высыхает, детей во время прогулки полностью изолировать от покрашенных объектов не удастся, так что порча одежды неизбежна.*

*Ничего не поделать, родители отпросились с работы и пришли красить*

*Татьяна Дюлу: У ворот всех встречала приветливая женщина, но вид у нее был уставший.*

*"Большое вам спасибо, что приехали нам помочь. Меня зовут Светлана, я завхоз. Идемте, я дам все, что нужно".*

*Светлана привела нас к небольшому сараю.*

*"Вы не заходите, не заходите, стойте на улице, не надо этим дышать, - она зашла внутрь, из сарая на нас пахло резким запахом краски. - Мне, конечно, тоже нельзя этим дышать — после операции живу с одним легким. Но что поделаешь..."*

*Светлана выдавала каждому родителю банку с краской, кисточку и перчатки.*

*"Мы пытались объяснить директору школы, что не надо сейчас красить, но он нас не слушает. Вообще, с тех пор, как сады объединили со школами, у нас сплошные проблемы. Школа нас всерьез не воспринимает. Они считают, что мы - это горшки, а они - ЕГЭ", - сказала завхоз.*

*Когда подошла очередь Пьера получить краску, Светлана спросила:*

*"Так, папочка, вы бы что хотели покрасить?"*

*"Мне все равно", - мрачно ответил Пьер, и тогда она сама открыла банку.*

*"Так, это у нас какой цвет, что-то я не пойму?" - Светлана отшатнулась от резкого запаха, потом принялась размешивать палкой мутную жидкость. - Ага, синенькая, очень хорошо! Ну, папочка, понятно, как красить, да? Там, где уже синее, красим синим. Потом синюю баночку поставите вон туда, за веранду, я вам другой цвет принесу. Хорошо?"*

*"А старую краску не зачищать?" - спросил Пьер, выдавая европейский подход.*

*"Да ну что вы, что вы! - Светлана замахала руками. - Прямо поверх старой, нам же только обновить".*

*Пьер Дюлу: Мы выбрали фронт работ - стоявшие на отшибе, у самого забора, синий стол и две зеленые скамейки - и принялись за дело. Старались держать банки подальше от себя и иногда задерживать дыхание: запах у краски был ужасный.*

*Я красил и думал о том, чем должны дышать бедные дети, два раза в день выходящие на прогулку. Кроме того, было понятно, что этот жуткий запах, за несколько часов уже пронизавший всю территорию сада, все равно проникал внутрь*

*двухэтажного панельного здания, даже при закрытых окнах. Так что дети неизбежно им дышат, даже находясь в группах.*

*Воспитателей мне тоже было жалко: уложив детей спать, они должны идти на улицу красить площадки вместо того, чтобы отдохнуть.*

*Возникали и другие вопросы. Почему, например, нельзя подождать до лета, когда, во-первых, в саду гораздо меньше детей, и во-вторых, краска быстрее сохнет на солнце.*

*И главное, почему нельзя купить краску хорошего качества, без запаха, которой не так вредно дышать и которая не облупится, как эта, спустя уже несколько месяцев?*

*Но Светлана объяснила нам, что на предложение купить финскую краску директор школы даже повысил голос и сказал, что финская слишком дорогая. К тому же, никому не надо, чтобы краску выделяли раз в несколько лет. Пусть плохого качества, зато - каждый год.*

*Спустя четверть часа к калитке подъехал мерседес, из него вышел молодой полный мужчина. Сначала он придирчиво оглядел черный забор, который аж блестел от свежей краски - один из родителей едва успел слезть со стремянки.*

*Скоро это забор заблестит новизной на радость директору*

*Затем директор направился по аллее в глубину сада. "Работаем, работаем", - тихо сказала заведующая и пошла ему навстречу.*

*Мы спокойно продолжали красить свой синий стол. В какой-то момент директор дошел до нашей стороны сада, постоял прямо у меня за спиной и, ничего не сказав, быстро пошел обратно.*

*А я вспомнил один день из своей армейской жизни, было это 25 лет назад, я тогда проходил службу в городе По на юго-западе Франции. Там до сих пор дислоцируется мой 5-й вертолетный полк армейской авиации.*

*Однажды мне пришлось в срочном порядке красить площадку перед парковкой — на завтра ожидали приезд высокого начальства.*

*"Дюлю, задача понятна? Приступайте!" - сказал мне командир. "Да, мой капитан!" - ответил я, взял ведро с желтой краской и принялся за работу.*

*Краска, как сейчас помню, тоже пахла ужасно. Командир стоял рядом и смотрел, как я старательно вывожу на асфальте желтые линии — место, где парковка должна быть запрещена.*

*Думаю, ни он, ни я и представить себе не могли, что спустя четверть века мне пригодится полученный опыт, и холодным апрельским днем я буду красить в России детский сад своих дочерей, и тоже - под пристальным взглядом высокого начальства...*