РАЗДЕЛ XXXVII. ЭТНОГРАФИЯ

Касимов Р.Н.

**Общее состояние и некоторые проблемы этнически окрашенных СМИ в
Удмуртской Республике***Удмуртский институт истории, языка и литературы УдмФИЦ УрО РАН
(Россия, Ижевск)**doi: 10.18411/lj-04-2021-307***Аннотация**

В статье автор делает попытку описания общего состояния этнически окрашенных СМИ в Удмуртской Республике и обращает внимание на ряд проблем в информационной сфере. Автор отмечает, что актуализация этничности через языковые или религиозные практики естественным образом оформляется в массовое движение за сохранение специфики языка и религиозной культуры того или иного народа, в том числе в медийном поле. На практике это выражается в активной деятельности национально-культурных объединений (НКО), которые помимо прочего, организуют тематическую полемику на страницах региональных газет и журналов, организуют соответствующие просветительские акции на радио и телевидении, проявляют активность в Интернете (социальные сети, сайты, мессенджеры и пр.). Под этнически окрашенными СМИ автор понимает газеты и журналы, теле- и радиоканалы, контент Интернета с информационными материалами специально или косвенно направленными на представителей одной или нескольких родственных этнических групп, на единомышленников, а иногда и шире – на земляков.

Ключевые слова: Формирование этничности, этнически окрашенные СМИ, национально-культурные объединения, этническое своеобразие Удмуртской Республики.

Abstract

In his article, the researcher makes an attempt to describe the general state of ethnically colored media in the Udmurt Republic, drawing attention to a number of problems in this area. The author notes that the actualization of ethnicity through linguistic or religious practices naturally takes shape in a mass movement for the preservation of the specifics of the language and religious culture of a particular people, including in the media field. In practice, this is expressed in the vigorous activity of national-cultural associations, which, among other things, organize thematic polemics on the pages of regional newspapers and magazines, organize relevant educational events on radio and television, and are active on the Internet (social networks, websites, instant messengers). By ethnically colored media, the author means newspapers and magazines, television and radio channels, Internet content with information materials specifically or indirectly directed at representatives of one or more related ethnic or confessional, territorial groups.

Keywords: Formation of ethnicity, ethnically colored media, national and cultural associations, ethnic originality of the Udmurt Republic

Удмуртия является многонациональной республикой: 60,1% населения составляют русские, 29,3% – удмурты, 6,9% – татары, а также украинцы, чуваш, марийцы, башкиры, немцы и др. Коренной и титульной народностью региона являются удмурты. Удмуртскую Республику по характеру и состоянию межнациональных отношений относят к благополучным субъектам Российской Федерации, без

выраженных источников напряженности, с доминирующей толерантной моделью поведения проживающих на ее территории народов [1].

В средствах массовой информации Удмуртской Республики понятие «этничность» достаточно размыто, нет его четких видимых границ, формализованных критериев и определений. Сегодня можно констатировать формирование своеобразной «этнической вуали» в республиканских СМИ, за которой «национальное» отождествляется с «этнокультурным», а «поликультурное» трансформируется в «мультикультурное» и наоборот. Другими словами, национальная политика и межнациональные отношения в медийном (информационном) пространстве Удмуртии связаны с работой этнически окрашенных СМИ. А степень и интенсивность их участия в деятельности национально-культурных общественных объединений вытекают из логики развития самого национального движения:

Во-первых, особенности сохранения и передачи (от пожилых к молодым) традиционных национальных ценностей (языка и элементов традиционной культуры) для будущих поколений провозглашается едва ли не основной целью деятельности большинства НКО. В этом смысле, возможности журналов, телевидения, Интернет-ресурсов позволяют ярко преподносить традиционные ценности и установки для молодых поколений, популяризируя их.

Во-вторых, возникшие при прямом содействии региональной власти и активистов НКО продукты с этнически окрашенной спецификой, становятся важным ресурсом этнической мобилизации в Удмуртской Республике – с одной стороны. А с другой стороны – это необходимый формализованный элемент отчетности для соответствующих государственных структур, отвечающих за продвижение положений государственной национальной политики в регионе.

Министерство культуры, печати и информации Удмуртской Республики является исполнительным органом государственной власти Удмуртской Республики. Оно реализует на территории Удмуртской Республики государственную политику и осуществляет государственное управление и координацию деятельности в сферах культуры, искусства, профессионального и дополнительного образования в сферах культуры и искусства, средств массовой информации, полиграфии и книгоиздания, сохранения, использования, популяризации и государственной охраны объектов культурного наследия. Руководитель - Иванов Дмитрий Евгеньевич.

Основными задачами Министерства являются:

- осуществление государственной политики в сфере культуры и сохранения культурного наследия, подготовки профессиональных кадров, обеспечивающей необходимые условия для реализации конституционных прав граждан Удмуртской Республики на свободу творчества, участие в культурной жизни и пользование учреждениями культуры, доступ к культурным ценностям;
- содействие развитию национальных культур народов Удмуртской Республики, поддержка сохранения самобытности удмуртской диаспоры;
- определение целей и приоритетов в развитии профессионального искусства, музейного и библиотечного дела, народного творчества, образования и науки в сфере культуры, отдельных видов культурной деятельности;
- управление деятельностью подведомственных организаций [2].

В мае-июне 2002 г. сотрудниками Удмуртского государственного университета проведено комплексное статистико-социологическое исследование, посвященное изучению республиканских средств массовой информации, а также степени их доступности и влияния на население Удмуртии. Работа выполнялась по заказу и при финансовой поддержке Министерства национальной политики Удмуртской

Республики. По данным Министерства печати на 1 января 2002 г. электронные и печатные средства массовой информации Удмуртской Республики представлены 359 информационными изданиями, из них: 43 телевизионные программы, 60 радиопрограмм, 4 информационных агентства, 209 газет, 34 журнала, 9 иных информационно-справочных издания. Все они различаются периодичностью выхода, тиражом, учредителями, качеством подачи материалов и популярностью среди населения республики. Некоторые из них прекратили свое существование, но из-за сложности процедуры прекращения деятельности (только по суду) затягивают оформление соответствующих документов [3].

По данным Министерства печати УР на начало 2004 г. количество электронных и печатных средств массовой информации колебалось в пределах 440-460 единиц, из них более 300 – это печатные СМИ (газеты, журналы, информационно-справочные издания). По количеству изданий Удмуртия занимает 6-е место в Приволжском федеральном округе, а в расчете на душу населения – второе. Печатные СМИ различаются периодичностью выхода, тиражом, учредителями, качеством подачи материалов и популярностью среди населения. Анализ республиканского рынка масс-медиа свидетельствует о снижении доли изданий, учредителями которых являются государственные и муниципальные органы власти. В настоящее время они составляют лишь около 5% от общего количества республиканских печатных изданий. Демонополизация СМИ от государственных структур выступает как одна из важнейших составляющих формирующегося гражданского общества, однако, этот процесс несет в себе не только позитивные изменения [4].

Субъектами гражданского общества, без которых невозможно регулировать межнациональные отношения в регионе, являются НКО. Они в своей деятельности взаимодействуют с разными министерствами и ведомствами, с образовательными организациями и СМИ.

На сегодняшний день традиционные СМИ Удмуртской Республики представлены следующим образом: газеты – 45 компаний, журналы – 12 компаний, радиостанции – 9 компаний, телекомпании – 8 компаний. Все они несут своему потребителю этнически окрашенную информацию, представленную с разной степенью актуализации. Автор имеет ввиду совокупность материалов о народах нашей многонациональной республики, о национальных или религиозных обычаях и ценностях удмуртов, русских и татар, о практиках эффективных решений в поле межэтнической политики и межкультурного взаимодействия.

Кроме того, в республике есть специализированные информационные ресурсы, выступающие рупором того или иного народа или представляющие конкретные НКО или религиозные сообщества. В частности, такие ресурсы есть у удмуртов, русских и татар в Удмуртии. Несмотря на наличие таковых, можно выделить и некоторые проблемы с которыми сталкиваются этнически окрашенные СМИ в Удмуртии.

Как отмечают специалисты, причины наметившейся тенденции снижения тиражей газет и журналов на удмуртском языке кроются в низкой платежеспособности сельских удмуртов, в невысоком качестве оформления и полиграфии изданий на удмуртском языке. Кроме того, сегодня наблюдается активный рост этнически окрашенного Интернета, который фактически замещает традиционные печатные издания [5].

Основу целевой аудитории разнообразных Интернет-проектов составляет молодежь. Это наиболее активная часть общества, стремящаяся в поисках информации использовать удобные и современные информационные технологии. В этой связи возрастает значение привлечения в Интернет-системы ресурсов, содержащих действительно интересную информацию, направленную на распространение идей и общепринятых принципов, и правил межкультурного диалога, на искоренение экстремизма в обществе. На практике случается обратное, часто социальные сети, чаты в мессенджерах становятся «полем брани», где актуализируются проявления бытового

национализма и ксенофобии. Особенно ярко это проявляется у молодых пользователей подобного продукта.

Традиционные СМИ - радио и телевидение в Удмуртии предоставляют значительный объем информации городскому и сельскому населению республики, в том числе и на национальных языках. В каждом городе и районе республики функционируют редакции местного радиовещания. В зависимости от национального состава населенного пункта теле и радиопередачи ведутся на русском, удмуртском, татарском и марийском языках, что гарантирует народам право получения информации на родном языке.

Как отмечают специалисты, средства массовой информации, которые объективно и доброжелательно освещают межнациональные отношения, способствуют тем самым распространению норм толерантного поведения, противодействию различным видам экстремизма, ксенофобии [6]. Впрочем, качество этих программ удовлетворительное, о конкурентоспособности национальных передач говорить не приходится. В данном случае речь идет о размещении на телевидение рекламы товаров и услуг, а, как известно, рекламодатели предпочитают передачи на русском языке.

Итак, СМИ и НКО в Удмуртии имеют довольно тесные связи. Деятельность подавляющего большинства НКО республики сосредоточена в сфере развития национального языка, диалога культур. Это подразумевает участие в просветительских акциях, мероприятиях, инициированных СМИ и для СМИ. Исходя из этого органы государственной власти, регулирующие межнациональные отношения, поддерживают печатные издания, телевизионные каналы, радиовещание на языках народов России, так называемый «этнический интернет». К сожалению, такая поддержка оказывается не столько с финансовой стороны, сколько на уровне одобрения подобных начинаний.

Сегодня в республиканских СМИ наблюдается «калейдоскоп» из отдельных элементов этничности, который, естественно, не имеет четких контуров и представлен «полифонией этнических голосов», где национальная идентичность зачастую отождествляется с конфессиональной идентичностью; а этнокультурная специфика, с подачи журналистов, легко трансформируется в поликультурную или даже мультикультурную специфику.

Между тем, медийная информация (своеобразный набор информации, передаваемый в различных формах таких как звук, анимированная компьютерная графика, видеоряд) становится все более востребованной, а соответственно актуальными являются и вопросы контроля качества публикуемых материалов с этнической и (или) конфессиональной спецификой.

Впрочем, что касается изучения этнокультурного своеобразия именно в электронных изданиях (сайты, страницы в социальных сетях, чаты), то по данной проблематике работ пока крайне мало. Таким образом, сегодня изучение репрезентации этничности в региональном сегменте Интернета представляет собой актуальное, но мало разработанное направление для научного анализа.

1. Касимов Р.Н., Черниенко Д.А. Историко-культурные основания этноконфессиональной толерантности в Удмуртии // Теория и практика общественного развития. Издательский дом «ХОРС». - №21. – 2015. С.198-201.
2. Министерство культуры, печати и информации УР [Электронный ресурс] / Официальный сайт Главы Удмуртской Республики и Правительства Удмуртской Республики. URL: <http://www.udmurt.ru/about/ministry/ministry/culture/> (дата обращения 03.04.2021).
3. Воронцов В.С., Семенов Ю.В. СМИ и межнациональные отношения в Удмуртии (опыт социологического исследования) // Вестник удмуртского университета. 2002. №4. С.95-108.
4. Воронцов В.С., Касимов Р.Н., Черниенко Д.А.. Национально-культурные объединения Удмуртии: опыт общественно-государственного партнерства в сфере национальной политики // Современные этнополитические процессы и межнациональные отношения в Удмуртии: коллективная монография / В.С. Воронцов, Р.Н. Касимов, Д.А. Черниенко; УдмФИЦ УрО РАН. – Ижевск: УдмФИЦ УрО РАН, 2020. – С.289-320.