УДК 070:366.636

DOI: 10.21209/1996-7853-2019-14-5-87-97

Ольга Николаевна Савинова,*Национальный исследовательский**Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского**(г. Нижний Новгород, Россия),**e-mail: 508@bk.ru***Елена Олеговна Иванова,***Национальный исследовательский**Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского**(г. Нижний Новгород, Россия),**e-mail: alena.o.ivanova@gmail.com*

Коммуникативные стратегии прессы в современном межкультурном дискурсе: теоретические подходы

Статья посвящена актуальной журналистиковедческой проблеме изучения коммуникативных стратегий современных средств массовой информации. Целью статьи является проведение теоретического анализа различных направлений в изучении коммуникативных стратегий СМИ, при этом особое внимание уделяется выявлению медийных коммуникативных стратегий в межкультурном дискурсе. Отмечается возрастающий интерес исследователей к изучению этнической журналистики как в России, так и за рубежом, проведён исторический экскурс по вопросу усиления этнической доминанты в разных странах мира. Рассмотрены теоретические подходы к определению роли СМИ в межкультурной коммуникации и определены риски в отношении освещения межэтнического взаимодействия в СМИ. Проанализированы результаты новейших исследований этнокультурного дискурса в российской и европейской прессе. На основе методов включённого наблюдения и контент-анализа прессы делается вывод о том, что многонациональность, мультикультурность становятся настоящим вызовом для современных европейских стран, испытывающих многократное увеличение миграционной активности, стремительное изменение этнокультурной ситуации в обществе, рост коммуникативной агрессии в СМИ. В медийном дискурсе разделение «своего» и «чужого» становится особенно заметным, обнаруживая неоднородность общества, высвечивая проявления межнациональной нетерпимости. Что касается российских СМИ, то вопросы информационного воздействия на процесс гармонизации межнациональных отношений находятся в центре внимания как научного экспертного сообщества, так и государственных структур. В статье обращается внимание на систему современных приоритетов и направлений в сфере информационной политики, а также на ответственную роль прессы в межкультурной коммуникации и задачи, стоящие перед журналистами, занимающимися освещением межнациональных отношений.

Ключевые слова: СМИ, межкультурная коммуникация, коммуникативные стратегии прессы, коммуникативная агрессия, диалог

Olga N. Savinova,*Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod**(Nizhny Novgorod, Russia),**e-mail: 508@bk.ru***Elena O. Ivanova,***Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod**(Nizhny Novgorod, Russia),**e-mail: alena.o.ivanova@gmail.com*

Communicative Media Strategies in Modern Intercultural Discourse: Theoretical Approaches

The article is devoted to the topical journalistic problem of studying the communication strategies of modern media. The purpose of the article is to conduct a theoretical analysis of various approaches to study of communication strategies of the media with the particular interest in communicative strategies in intercultural media discourse. There is a strong interest of both Russian and foreign researchers in ethnic journalism. The article gives a historical insight into the strengthening of ethnic dominant in different countries of the world, considers different theoretical approaches to determining the role of the media in intercultural communication and identifies the risks in covering inter-ethnic relations in the media. The results of the newest research of ethno-cultural discourse in the Russian and European press are analyzed. On the basis of the methods of the included observation and content analysis of the press, it is concluded that multiculturalism is becoming a real challenge for modern European countries experi-

© Савинова О. Н., Иванова Е. О., 2019

encing a multiple increase in migration activity, a rapid change in the ethno-cultural situation in society, the growth of communicative aggression in the media. In the media discourse the "we-they" opposition becomes especially noticeable, revealing the heterogeneity of society, highlighting the manifestations of ethnic intolerance. As for the Russian media, the issues of information impact on the process of harmonization of interethnic relations are in the focus of attention of both the scientific expert community and government agencies. The article draws attention to the system of modern priorities and directions in the field of information policy, as well as to the role of the press in intercultural communication.

Keywords: media, intercultural communication, communicative strategies of the press, communicative aggression, dialogue

Введение. В теоретической литературе вопросы коммуникации рассматривались в различных гуманитарных науках – философии, социологии, теории коммуникации, лингвистике, менеджменте и маркетинге, теории журналистики и других смежных дисциплинах.

Теоретическую базу для развития коммуникационных концепций ещё в XIX веке заложили О. Конт, Э. Дюркгейм, А. Шопенгауэр, Ф. Ницше. Позднее особое внимание к этой проблеме наметилось со стороны ведущих социологов М. Вебера, В. Парето. В XX веке данное направление стало господствующим у американских исследователей – Г. Лассуэла, К. Шэннона, П. Лазарфельда.

Вопросы коммуникации являются центральными для фундаментальной лингвистической науки. Вклад в развитие теории коммуникации в разное время внесли М. М. Бахтин, Ю. М. Лотман.

В работах по менеджменту и маркетингу также уделяется внимание вопросам коммуникативных стратегий, но уже применительно к теории управления [9].

Изучение концепта «коммуникативные стратегии прессы» в последнее время выдвинулось в число актуальных журналистско-ведческих исследований. Анализ дискуссии на эту тему показывает, что речь идёт не только об уточнении терминологического аппарата, но и о путях развития современной прессы. Трансформационные процессы, результатом которых стали изменения в современном медиапространстве, оказали существенное влияние на функционирование института прессы, а также внесли динамику в теоретическое осмысление современной медиасистемы. Объективно коммуникативные стратегии прессы находятся в зависимости от многих внешних социальных факторов. Например, в советский период пресса рассматривалась как «приводной ремень партии», поэтому при формировании её коммуникативной стратегии идеологический вектор был приоритетным.

В новейшей истории России вопрос о коммуникативных стратегиях прессы естественным образом актуализировался в связи с про-

цессами трансформации института прессы, когда социально-политические изменения в обществе затронули такие фундаментальные основы функционирования прессы, как учредительство издания, отмена цензуры, деидеологизация общества, коммерциализация прессы в условиях рыночной экономики, падение тиражей изданий, всеобщая цифровизация медиапространства.

Говоря о значении самого термина «коммуникативные стратегии прессы», отметим, что, начиная с 2000-х годов, представители отечественных научных журналистско-ведческих школ дают разные вариации его трактовки, но в целом они или солидаризируются, или дополняют друг друга.

Так, исследователь из Челябинска В. В. Антропова считает, что коммуникативные стратегии СМИ должны содержать определённую концепцию, оправдывающую их существование, «дающую конкретные установки, типы реагирования, фильтрующие события, отбор материала, его подачу и трактовку» [2, с. 21]. Разделяя этот подход, учёный из Приднестровского университета С. В. Олейников подчёркивает, что при выполнении важнейшей информирующей функции «СМИ обеспечивают процесс взаимодействия коммуникатора и коммуникантов, направленный на формирование в обществе различных представлений, идей, мнений, институтов, настроений, чувств, установок. СМИ помогают личности ощутить себя гражданами своего государства, частью социальной, национальной, конфессиональной или иной группы [14, с. 118].

Размышляя о путях развития современной прессы, В. В. Антропова подчёркивает две тенденции в её развитии: с одной стороны, происходит «снижение культурного веса» и нравственного потенциала прессы [2, с. 21], с другой – в современном медиапространстве также развивается и гуманитарная журналистика, альтернативная «журналистской попсе». Эти модели развития, по мнению автора, «обуславливают специфику контента духовности ментально-культурной идентификации в медиатекстах» [2, с. 25].

Отечественный исследователь Е. Я. Дугин предлагает антропоцентрическую модель коммуникации, ставящую в центр человека и его ценностные, культурные, социальные ориентиры и потребности, на удовлетворение которых направлена деятельность медиасистемы [7]. Его антропоцентрическая модель коммуникации основана на принципах диалогичности, адресности взаимодействия и множественности мнений.

Профессор В. В. Тулупов считает, что «коммуникативная стратегия предполагает наличие определённой цели и организационного обеспечения её реализации через последовательность определённых коммуникативных действий» [22, с. 202]. Исследуя коммуникативные стратегии прессы, автор сосредоточивает внимание на их важности прежде всего в редакционно-издательской деятельности, делая акцент на управленческой деятельности редакций, исследовании медийного рынка с поиском в нём своей ниши. Одной из главных стратегических задач, по мнению автора, является обеспечение товарности будущего информационного продукта.

Ещё одно направление в исследовании коммуникативной стратегии прессы представлено в работе О. В. Смирновой, которая обращает внимание на кардинальное изменение в стратегии, в частности, печатных медиа в эпоху цифровых технологий [19]. Эта проблема активно дискутируется на различных научных площадках и в журналистском сообществе, и в ближайшей перспективе в условиях цифровой революции она, по-видимому, не потеряет своей актуальности. Интересным представляется наблюдение исследователя о том, что, с одной стороны, происходит формирование принципиально новых типов медиа, обладающих уникальными качествами мультимедийности, неограниченным объёмом информации, интерактивностью, беспрецедентной скоростью распространения и доставки информации, а с другой, фиксируется чрезмерная доступность и даже пресыщенность части пользователей интернетом и другими информационно-коммуникационными технологиями.

Таким образом, анализируя научную дискуссию по вопросу коммуникативной стратегии современной прессы, мы обратили внимание на два аспекта: с одной стороны, вектор рассмотрения актуальной журналистско-ведческой темы касается гуманитарной составляющей, а с другой, – экономической, производственной доминанты развития прессы.

Для нашего исследования особый интерес представляет гуманитарный вектор развития коммуникативной стратегии прессы, в частности, в ситуации, связанной с возросшим вниманием общества к вопросам межкультурной коммуникации в многоэтническом современном мире.

Под межкультурной коммуникацией мы понимаем комплексное понятие, включающее в себя общение между представителями различных национальностей, культур, этнических групп, предполагающее как непосредственные контакты между людьми, так и опосредованные формы коммуникации, в том числе через средства массовой информации.

Понятие этнической журналистики включает в себя как «журналистику, обращающуюся к тематике межэтнического взаимодействия, особенностям жизни и культуры других народов», так и разнообразные этнокультурные СМИ, предназначенные для более узких, специфических аудиторий [3, с. 302].

Этнокультурные СМИ – наиболее общее понятие, включающее в себя СМИ, адресованные иммигрантам, национальным, культурным, этническим, языковым меньшинствам, аборигенному населению, коренным народам и зачастую (но не всегда) создаваемые представителями этих групп. В исследованиях такие СМИ могут называться по-разному, в зависимости от культурно-исторической ситуации в обществе и фокуса исследования, например “ethnic minority media” («СМИ этнических меньшинств»), “community media” («СМИ сообществ»), иммигрантские СМИ, национальные СМИ, СМИ коренных народов, иноязычные СМИ, издания на национальных языках, диаспоральные СМИ и более общим понятием «этнические СМИ». Однако в отличие от понятия «этнические СМИ» понятие «этнокультурные СМИ» включает в себя СМИ, «аудитория которых не может быть выделена на основе исключительно этнических признаков» [21]. Таким образом, мы считаем, что понятие «этнокультурные СМИ» является наиболее полным.

Дискурс в СМИ – коммуникативное событие, заключающееся во взаимодействии участников коммуникации посредством вербальных текстов и/или других знаковых комплексов в определённой ситуации и определённых социокультурных условиях общения [12, с. 86].

Методология и методы исследования.

В статье применяется метод анализа научной литературы, используются общенаучные методы анализа и синтеза, логический и исто-

рический методы, включённое наблюдение (в 2013–2017 гг. в соответствии с договором о сотрудничестве между ННГУ им. Н. И. Лобачевского и университетом Волда (Норвегия) был осуществлён российско-норвежский проект «Становление журналистов в мультикультурном обществе»). В своей работе мы опирались также на выводы проведённого на кафедре в 2016–2018 годах контент-анализа зарубежной прессы по освещению межэтнической тематики, результаты которого были опубликованы [17; 18].

Результаты исследования и их обсуждение. В настоящее время происходит постоянное усиление интереса исследователей к изучению этнической журналистики и этнокультурных СМИ. В общественной жизни России существенное усиление этнической доминанты произошло в 90-е годы XX века в период «национального ренессанса», самоопределения этносов, когда «единая советская идентичность была заменена различными, часто конкурирующими формами региональной, этнической и религиозной идентичности»¹. Новые процессы, происходившие в то время в обществе и стремительно менявшие его, способствовали существенному увеличению этнической информации в СМИ и становлению этнической журналистики. В переходный период, когда коренные перемены коснулись всей общественно-политической и экономической жизни, возросло внимание институтов государственной власти к вопросам межкультурной коммуникации, поддержания толерантности в обществе.

Одним из основополагающих документов российской национальной политики является принятая в 2012 году «Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года». Это система современных приоритетов, целей, принципов, основных направлений, задач и механизмов реализации государственной национальной политики Российской Федерации, в том числе и в сфере информационной политики. В документе, в частности, поставлены такие задачи в информационной сфере, как стимулирование и поддержка средств массовой информации, освещающих этнокультурную тематику; организация конкурсов на лучшее освещение тематики межкультурного взаимодействия; предоставление об-

щественным и государственным деятелям, занимающимся вопросами гармонизации межкультурных отношений, площадок для выступления в СМИ; общественный контроль за недопущением разжигания межнациональной розни; проведение регулярных семинаров для повышения квалификации журналистов; проведение регулярного мониторинга СМИ по вопросам реализации государственной национальной политики².

Роль СМИ в межэтнических отношениях в Российской Федерации осмыслена не только на государственном уровне, но и в профессиональном сообществе. В 2003 году журналисты, обеспокоенные качеством освещения межэтнической тематики в СМИ, организовали Гильдию межэтнической журналистики – межрегиональную общественную организацию журналистов, освещающих межэтническую тематику. Журналисты Гильдии разработали Этический кодекс журналистов, раскрывающих межэтническую тематику, регулярно проводят круглые столы, лекции, тренинги для журналистов по грамотному рассмотрению межнациональных отношений в СМИ. С 2008 года Гильдия проводит ежегодный Всероссийский конкурс на лучшее освещение в СМИ темы межэтнического взаимодействия и этнокультурного развития народов «СМИротворец» для журналистов федеральных, региональных и национально-культурных СМИ.

За рубежом интерес к изучению этнической журналистики усилился вместе с процессами глобализации, возрастания миграционных потоков, усложнения состава общества. Начиная со Второй мировой войны, во многих западных странах образовались этнически и культурно разнообразные общества. Мощные миграционные потоки многократно усилили фрагментацию общества и повлекли за собой фрагментацию коммуникационного пространства, выразившуюся в росте числа этнических, диаспоральных, иммигрантских СМИ. Проводившаяся с конца 1960-х годов политика мультикультурализма привела европейские страны к серьёзным проблемам сосуществования коренного населения и мигрантов. Всё чаще стали высказываться мнения о полной несовместимости таких культур с ценностями принимающего их общества, неспособности некоторых этнических групп влиться в новое общество. Современный Европейский миграционный кризис, достигший

¹ Концепция федеральной целевой программы «Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие народов России»: утв. распоряжением Правительства РФ от 22.07.2013 г. № 1292-р). – URL: https://cdnimg.rg.ru/pril/83/84/78/1292_konceptsiia.pdf (дата обращения: 02.04.2019). – Текст: электронный.

² Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года: утв. Указом Президента от 19.12.2012 г. № 1666.

своего пика в 2015–2016 годах, актуализировал научные исследования миграционного дискурса в европейских СМИ, проблем представления мигрантов, беженцев в медийном дискурсе, проблем толерантности, гуманности медийного дискурса.

Интерес к изучению этнокультурных СМИ возрос вместе с осознанием многими политиками, предпринимателями значимости растущих аудиторий этнокультурных СМИ в качестве электората и перспективных потребителей товаров и услуг. Число этнокультурных СМИ постоянно увеличивается во всех странах мира. В начале XXI века в США уже было зарегистрировано более 2500 этнических медиаорганизаций, удовлетворяющих информационные потребности различных диаспор и коренных народов; в Великобритании ежедневно выходили более ста ежедневных и еженедельных этнокультурных газет, работали более 15 этнических радиостанций и 30 телевизионных каналов; в Германии выходили СМИ пятнадцати различных этнических сообществ – албанского, боснийского, китайского, греческого, турецкого, вьетнамского, русскоязычного и других [25, с. 4].

Теоретические вопросы роли СМИ в межкультурной коммуникации находятся в фокусе исследования как российских, так и зарубежных учёных. Акцентируется внимание на этническом и религиозном многообразии как основе стабильности и развития современного многополярного мира [21]; изучаются вопросы диалогического подхода СМИ в формировании толерантного сознания в обществе [6]; способы и формы медийного распространения толерантной и конфликтной этнической информации [10]. Австралийскими учёными К. Уайтом, Дж. Дак, П. Ньюкомбом убедительно показан аккумулирующий эффект систематического появления негативной этнической информации в СМИ и её влияние на общественное мнение [27]. Интересны работы норвежской исследовательницы Г. Бьорнсен, изучающей вопросы влияния многонациональности общества на работу журналистов и понимание журналистами своей роли в мультикультурном обществе [24].

Особый интерес для нас представляют работы, основанные на междисциплинарном подходе. Так, в диссертации Ю. А. Антоновой, посвящённой изучению коммуникативных стратегий и тактик в современном газетном дискурсе, освещаются вопросы, связанные с функционированием языковых знаков и речевой коммуникации во взаимодействии с интерактивностью её субъектов; возрастающей

ролью СМИ в формировании картины мира индивида и нации [1]. Отметим, что коммуникативные стратегии – проблема, которая также волнует исследователей нишевых изданий (в данном случае речь идёт о конфессиональной прессе). Например, профессор Е. В. Пономарева в своей статье размышляет о коммуникативной стратегии, реализуемой в официальном печатном издании Челябинской епархии – «Челябинские Епархиальные ведомости» [15].

Если говорить об актуальных проблемах межэтнической тематики в современных российских СМИ, то, по данным ИЭА РАН, на первый план выходят проблемы социально-культурного развития этносов, межэтническое и межконфессиональное взаимодействие, проблемы этнического криминала, освещение межэтнических конфликтов, раскрытие различных форм этнического экстремизма [10].

В последнее время в связи с известными процессами миграции изучение роли СМИ в многонациональном обществе тесно связано с проблемой «своих» и «чужих», а также проблемами коммуникативных агрессий, использования «языка вражды» в СМИ.

Так, И. М. Дзялошинский рассматривает «язык вражды» как «всю совокупность текстов, а также заголовков, фотографий и иных элементов СМИ, прямо или косвенно способствующих возбуждению национальной или религиозной вражды, или хотя бы неприязни» [6, с. 66]. Агрессия в СМИ может проявляться в трёх основных формах: подбор тематики, специфическое комментирование, использование дискриминирующей лексики и стилистики [6, с. 81]. «Язык вражды» может «угадываться в тональности, стиле заголовков, подборе фотографий, отсутствии редакционного комментария» [23, с. 3].

Исследователи информационно-аналитического центра «Сова» выделяют три вида «языка вражды»: жёсткий, средний и мягкий. Для жёсткого «языка вражды» характерны непосредственные призывы к насилию и дискриминации или имплицитное одобрение подобных призывов. Средний «язык вражды» характеризуется наличием в медийном тексте утверждений о криминальности той или иной группы, обвинений в негативном влиянии этой группы на общество, сопровождающихся призывом не дать ей закрепиться в том или ином регионе. Для мягкого «языка вражды» характерно упоминание этнической принадлежности в криминальной хронике, цитирование ксенофобных высказываний

без соответствующего комментария, создание общего негативного образа этнической группы [5, с. 81].

Одним из признаков, характерных для интолерантных текстов, является наличие поляризованной репрезентативности — деления на «своих» и «чужих» [Там же, с. 88]. Стороны противостояния могут описываться этническими категориями или категориями миграционного статуса, при этом «Мы-группа» наделяется позитивно оцениваемыми качествами, а «Они-группа» оценивается негативно [23, с. 3]. При определённых обстоятельствах противостояние «мы — они» может приобретать гипертрофированные черты и выходить за границы нормы. Так, в медийном дискурсе распространён страх «вторжения Другого», транслирующийся через образ гостя, нарушившего привычный образ жизни и диктующего свои нравы «хозяевам», наряду со страхами «утраты идентичности» и «утраты ресурсов» [11]. В медийном дискурсе разделение «своего» и «чужого» становится особенно заметным, обнаруживая неоднородность общества, высвечивая проявления межнациональной нетерпимости. Как показывает практика новейшей истории, процесс межкультурной коммуникации протекает в обществе риска: злободневной проблемой на сегодня остаётся терроризм, зачастую связанный с религиозным фактором. Трагедия, произошедшая во французском издании *Charlie Hebdo*, ещё раз обратила внимание общества на проблемы свободы и ответственности СМИ, их роли в межкультурном диалоге.

Тема развития коммуникативных стратегий СМИ в современном многоэтничном обществе считается одним из приоритетных научных направлений деятельности кафедры журналистики ННГУ им. Н. И. Лобачевского — головного вуза в Приволжском федеральном округе.

ПФО является своего рода уникальным округом Российской Федерации: здесь проживают представители более 140 наций и народностей, представлены все конфессии, осуществляющие свою деятельность в Российской Федерации. Здесь тесным образом переплетены русская культура, культура тюркских народов и финно-угорского мира. Культурное и языковое многообразие представителей национальных меньшинств охраняется государством. Активно развивается этническая журналистика, 6 % всех изданий, выходящих в округе, печатаются на 11 языках народов Поволжья. Например, в одном из

крупнейших медиахолдингов округа «Татмедиа» печатные СМИ выходят на татарском, русском, чувашском и удмуртском языках. Не только в нашей стране, но и за рубежом широко известны такие издания, как «Наш дом — Татарстан», «Марийский мир» («Марий сандалык»), «Удмурт дунне». В ПФО на языках национальных меньшинств выходят издания для молодёжи и детей, что важно для сохранения их родного языка. Журналисты, представители разных национальностей, работают на ведущих телевизионных каналах, в информационных агентствах.

Опыт прессы Приволжского федерального округа по гармонизации межнациональных отношений, контент-стратегий освещения этнической тематики в федеральных и региональных СМИ был высоко оценен российским и зарубежным экспертным сообществом на состоявшемся в сентябре 2006 года в Нижнем Новгороде международном Волжском форуме¹ в рамках председательства России в Совете Европы; обобщался в научной литературе [16; 26], а также использовался в практической работе по подготовке будущих журналистов, что нашло отражение в некоторых учебных программах кафедры журналистики ННГУ им. Н. И. Лобачевского². Один из основных выводов вышеназванных научных публикаций — в прессе Приволжского федерального округа превалирует толерантный подход к освещению этнокультурного дискурса, диалоговая модель коммуникативной стратегии прессы.

Вместе с тем непростая этнополитическая ситуация в мире, вызванная миграционным кризисом, террористическими угрозами в крупных европейских городах, обострившимся религиозным размежеванием в обществе, побудили нас обратиться к рассмотрению этнокультурного дискурса в европейских изданиях. Проведённое на кафедре журналистики ННГУ им. Н. И. Лобачевского исследование³, в задачи которого входил количественный и качественный анализ публикаций зарубежных изданий, освещающих вопросы межкуль-

¹ Декларация Волжского форума: итоговый документ Международной конференции «Диалог культур и межрелигиозное сотрудничество» (Н. Новгород, 7–9 сент. 2006 г.). — URL: <http://www.idmedina.ru/books/islamic> (дата обращения: 29.03.2019). — Текст: электронный.

² Савинова О. Н. Информационное планирование в этноконфессиональной сфере: учеб.-метод. пособие для магистрантов 1-го курса, обучающихся по направлению подготовки «Журналистика». — Н. Новгород: Фонд образовательных ресурсов ННГУ, 2013.

³ Исследование проведено в 2016–2018 гг. в рамках авторского курса для магистрантов «Информационное сопровождение этноконфессиональных процессов».

турного дискурса, анализ частоты обращения изданий к этнической теме, жанровой палитры материалов, тематики публикаций, языка и тональности, вопросов взаимодействия с аудиторией, а также включённое наблюдение за функционированием некоторых норвежских мультикультурных медиаплощадок, подтвердили, что тема межэтнической коммуникации по-прежнему остаётся в числе актуальных [17; 18]. Контент-анализ показал, что, например, норвежская мультикультурная медиакомпания «Utrop» («Выкрик»), позиционирующая себя как нейтральная медиаплощадка, на которой представители этнических меньшинств могут высказаться по волнующим их вопросам, учитывает особенности своей аудитории, предоставляя информацию, помогающую иммигрантам адаптироваться в принимающем их обществе. Тема межкультурной коммуникации является центральной и для таких русскоязычных изданий в Германии, как «Новые земляки» (для этнических немцев-переселенцев) и «Еврейская панорама» (для еврейских эмигрантов). При этом явно прослеживаются следующие тенденции:

- миграция является одной из основных тем обсуждения;

- публикации на тему миграционного кризиса в большинстве своём находятся в контексте оппозиции «мы-они»;

- мигранты, беженцы из стран Африки и Ближнего Востока, крайне редко показаны как отдельные личности со своей историей, по большей части они представлены как обезличенная масса, ассоциированная с концептом «проблемы» или «угрозы» [8, с. 190].

Появившиеся новые исследования показывают, что наличие коммуникативной агрессии в медийных текстах во многом связано с этнополитической ситуацией в ряде европейских стран, вызванной миграционным кризисом, особенностями исторически сложившихся традиций [8; 13]. Многонациональность, мультикультурность становятся настоящим вызовом для современных европейских стран, испытывающих многократное увеличение миграционной активности, стремительное изменение этнокультурной ситуации в обществе, рост социальной и межэтнической напряжённости, активизацию протестных настроений части общества. Теоретический анализ развития коммуникативной стратегии в межкультурном дискурсе показывает, что объективно коммуникативные стратегии прессы находятся в зависимости от многих внешних, социальных факторов, и что в новейшей истории особенно явно прослеживаются два разнонаправлен-

ных вектора развития стратегии прессы – диалоговая, толерантная модель и коммуникативная агрессия, интолерантная модель. Тем не менее, в современных сложных условиях межэтнической напряжённости необходимо обратить внимание и на продуктивные роли СМИ в межкультурной коммуникации, среди которых:

- информирующая роль СМИ – предоставление объективной этнической информации с осознанием того, что для большей части общества СМИ являются единственным её источником;

- культуроформирующая роль СМИ – формирование адекватного представления людей о межэтнических отношениях, формирование культуры толерантности, согласия в обществе путём недопущения «языка вражды» в СМИ;

- просветительская роль СМИ – предоставление просветительской информации о разных народах, культурных, национальных, этнических меньшинствах;

- организаторская роль СМИ – организация диалога между различными социальными силами;

- посредническая роль СМИ – выполнение роли посредника между представителями власти и этнокультурными сообществами;

- защитная роль СМИ – привлечение внимания общественности и решительное осуждение проявлений дискриминации, экстремизма; активное участие в разрешении межэтнических конфликтов;

- инклюзивная роль СМИ – включение всех групп в медийный дискурс, в том числе тех, чей голос не слышен;

- гуманизирующая роль СМИ – недопущение обезличенного представления отдельных этнических, культурных, религиозных групп в СМИ, стремление к гуманизации медийного дискурса;

- исследовательская роль СМИ – постоянное изучение журналистами этнокультурной ситуации в стране и мире;

- вспомогательная роль СМИ – помощь институтам и организациям, работающим над гармонизацией межнациональных отношений в обществе;

- интеграционная роль СМИ – ведение непрерывной работы по интеграции, консолидации общества.

Как будут развиваться в дальнейшем коммуникативные стратегии прессы в этнокультурном дискурсе, во многом будет связано с динамикой этнополитической и этнокультурной ситуации в современном обществе.

Заключение. В условиях непростой этнополитической ситуации, вызванной миграционным кризисом, террористическими угрозами в крупных европейских городах, обострившимся религиозным размежеванием в обществе, тема коммуникативных стратегий прессы в современном межкультурном дискурсе остаётся в числе актуальных. Проанализировав различные подходы отечественных и зарубежных авторов, посвящённые исследованию роли СМИ в межкультурной коммуникации, мы выявили два разнонаправленных вектора в коммуникативных стратегиях в межкультурном дискурсе – диалоговую модель и коммуникативную агрессию. Отметим, что медийный дискурс может быть формой вербальной дискриминации [4, с. 129], использование «языка вражды», упоминание этничности в контексте криминала, нагнетание ксенофобии способствуют появлению интолерантных настроений в обществе. Длительное и последовательное появление такой информации в СМИ имеет накопительный эффект и может оказывать негативное влияние на оценки людей.

Исторический опыт взаимовлияния культур в многонациональной России диктует необходимость следования культурной традиции и формированию в прессе межкультурного диалога. Подчёркнём особую важность корпоративного цеха журналистов в освещении межнациональных отношений в современном обществе, а также необходимость внедрения самых высоких стандартов в работу журналистов, создателей сайтов, информационных агентств, изданий, освещающих межэтническую тематику. В образовательную программу будущих журналистов необходимо ввести этнологический компонент, чтобы научить их аккуратно и грамотно обращаться с этнически окрашенной информацией. Журналисты должны стремиться к тому, чтобы толерантность стала обыденной нормой поведения людей.

Безусловно, СМИ не являются единственными ответственными за поддержание толерантности в многонациональном обществе, но выбираемые ими коммуникативные стратегии могут существенно повлиять на гармонизацию межнациональных отношений.

Список литературы

1. Антонова Ю. А. Коммуникативные стратегии и тактики в современном газетном дискурсе (отклики на террористический акт): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Екатеринбург, 2007. 25 с.
2. Антропова В. В. Коммуникативные стратегии СМИ и тенденции развития российской журналистики в фокусе духовно-ценностного измерения // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 23. С. 18–26.
3. Блохин И. Н. Этнологическая культура журналиста // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2008. № 2. С. 302–307.
4. Ван Дейк Т. А. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Либроком, 2013. 344 с.
5. Верховский А. Язык вражды против общества: сб. ст. М.: Сова, 2007. 259 с.
6. Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Российские СМИ: как создаётся образ врага. Статьи разных лет. М.: Моск. бюро по правам человека: Академия, 2007. 168 с.
7. Дугин Е. Я., Куприянов О. А. Антропоцентрическая модель коммуникации в контексте ценностных предпочтений телевизионной аудитории // Гуманитарий Юга России. 2017. Т. 6, № 5. С. 82–91.
8. Иванова Е. О. Межкультурный дискурс в этнически ориентированных русскоязычных СМИ Германии // МедиаАльманах. 2019. № 1. С. 182–193.
9. Кравец М. А. Коммуникативная стратегия: систематизация определений, подходы к разработке // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Экономика и управление». 2013. № 1. С. 149–153.
10. Малькова В. К., Тишков В. А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М.: ИЭА РАН, 2002. 248 с.
11. Мукомель В. И. Грани интолерантности (мигрантофобии, этнофобии) // Социологические исследования. 2005. № 2. URL: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2005-2/mukomel.pdf> (дата обращения: 20.04.2019). Текст: электронный.
12. Мукомель В. И. Российские дискурсы о миграции: «нулевые годы» // Россия реформирующаяся: ежегодник-2011 / отв. ред. М. К. Горшков. М.; СПб.: Ин-т социологии РАН: Нестор-История, 2011. Вып. 10. С. 86–108.
13. Новак В., Ковалевская А. Этнокультурная идентичность в медиа как объект коммуникативных агрессий // Медиа в современном мире (г. Санкт-Петербург, 18–19 апр. 2019 г.). СПб.: СПбГУ, 2019.
14. Олейников С. В. Коммуникативные стратегии СМИ Приднестровья: от патернализма к паритету // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Филология. Журналистика». 2017. № 4. С. 118–122.

15. Пономарева Е. В. Коммуникативные стратегии религиозной православной прессы // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Лингвистика». 2013. Т. 10, № 1. С. 16–21.
16. Савинова О. Н. Культурная традиция и роль СМИ в межкультурном диалоге: опыт Приволжского федерального округа // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2012. Т. 2, № 1. С. 340–344.
17. Савинова О. Н., Иванова Е. О. К вопросу о роли СМИ в межкультурной коммуникации: норвежский опыт // Актуальные проблемы медиаисследований: материалы науч.-практ. конф. НАММИ. М.: Фак. журналистики МГУ, 2016. С. 142–144.
18. Савинова О. Н., Черноволова Н. Р. Освещение этнической информации в зарубежной прессе (по материалам английских и норвежских изданий) // Медийная индоктринация: антропологические исследования / под ред. В. К. Мальковой, В. А. Тишкова. М.: ИЭА РАН, 2018. С. 238–247.
19. Смирнова О. В. Стратегии печатных СМИ в эпоху цифровых технологий // Вестник Московского государственного университета. 2013. № 6. С. 26–39.
20. Смолярова А. С. Функциональное своеобразие этнокультурных медиа // Медиаскоп. 2014. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/1568> (дата обращения: 03.04.2019). Текст: электронный.
21. Тишков В. А. Этническое и религиозное многообразие – основа стабильности и развития российского общества: статьи и интервью. М.: Моск. бюро по правам человека: Академия, 2008. 84 с.
22. Тулупов В. В. Коммуникативные стратегии в российской журналистике нового времени // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Филология. Журналистика». 2005. № 1. С. 197–211.
23. Тулупов В. В. Освещение межнациональных отношений в региональных СМИ // Новое в массовой коммуникации. 2013. № 7–8. С. 2–4.
24. Bjørnsen G. Investigators or integrators: broadcast journalists covering multicultural Norway // Media in motion: cultural complexity and migration in the Nordic Region / ed. E. Eide. Farnham: Ashgate Publishing, 2011. Pp. 53–70.
25. Matsaganis M. D., Katz V. S., Ball-Rokeach S. J. Understanding ethnic media: producers, consumers, and societies. Los Angeles: SAGE Publications, 2011. 314 p.
26. Savinova O. The Role of Mass Media in Strengthening Intercultural Dialogue and Accord in Society // Asian Social Science. 2015. Vol. 3, No. 11. Pp. 262–267.
27. White C. D., Duck J., Newcombe P. The impact of media reliance on the role of perceived threat in predicting tolerance of Muslim cultural practice // Journal of Applied Social Psychology. 2012. Vol. 42. Pp. 51–82.

Статья поступила в редакцию 10.05.2019; принята к публикации 20.07.2019

Информация об авторах

Савинова Ольга Николаевна, доктор политических наук, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского; 603950, Россия, г. Нижний Новгород, пр-т Гагарина, 23; e-mail: 508@bk.ru.

Иванова Елена Олеговна, аспирант, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского; 603950, Россия, г. Нижний Новгород, пр-т Гагарина, 23; e-mail: alena.o.ivanova@gmail.com.

Вклад авторов в статью

О. Н. Савинова – основной автор, осуществляла сбор, анализ и систематизацию материала исследования, формулировала выводы и обобщала итоги.

Е. О. Иванова осуществляла сбор и анализ материала, оформляла статью.

Библиографическое описание статьи

Савинова О. Н., Иванова Е. О. Коммуникативные стратегии прессы в современном межкультурном дискурсе: теоретические подходы // Гуманитарный вектор. 2019. Т. 14, № 5. С. 87–97. DOI: 10.21209/1996-7853-2019-14-5-87-97.

References

1. Antonova, U. A. Communicative strategies and tactics in modern newspaper discourse (responses to the terrorist attack). Cand.phil. sci. diss. abstr. Yekaterinburg, 2007. (In Rus.)
2. Antropova, V. V. Communicative media strategies and tendencies of Russian journalism development in the focus of spiritual and value dimension. Vestnik ChelGU, no. 23, pp. 18–26, 2012. (In Rus.)
3. Blokhin, I. N. Ethnological culture of a journalist. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya. Vostokovedeniye. Zhurnalistika. Sankt-Peterburgskiy gosudarstvennyi universitet, no. 2, pp. 302–307, 2008. (In Rus.)

4. Van Dijk, T. A. Discourse and power. Representation of dominance in language and communication. M: Knizhnyi dom "Librokom", 2013. (In Rus.)
5. Vekhovskiy, A. Hate speech against society. Collected works. M: Centr "Sova", 2007. (In Rus.)
6. Dzyaloshinsky, I. M., Dzialoshinskaya, M. I. Russian media: how the image of enemy is created. Articles from different years. M: Moskovskoe buro po pravam cheloveka, "Academia", 2007. (In Rus.)
7. Dugin, E. Ja., Kupriyanov, O. A. Anthropocentric model of communication in the context of value preferences of television audience. *Gumanitarniy Ug Rossii*, pp. 82–91, vol. 6, no. 5, 2017. (In Rus.)
8. Ivanova, E. O. Intercultural discourse in ethnically oriented Russian-language media in Germany. *MediaAlmanah*, no.1, pp. 182–193, 2019. (In Rus.)
9. Kravets, M. A. Communicative strategy: systematization of definitions, approaches to development. *Vestnik VGU. Seriya: Ekonomika i upravlenie*, no. 1, pp. 149–153, 2013. (In Rus.)
10. Malkova, V. K., Tishkov, V. A. Ethnicity and tolerance in the media. M: IEA RA, 2002. (In Rus.)
11. Mukomel', V. I. Sides of intolerance (migrantophobia, ethnophobia). *Sociologicheskije issledovaniya*, no. 2, 2005. Web. 20.04.2019. <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2005-2/mukomel.pdf> (In Rus.)
12. Mukomel', V. I. Russian discourses on migration: "zero years". *Rossiya reformiruushayasya. Ezhegodnik-2011*. M: SPb: Institut sociologii RAN, Nestor-Istorija, pp. 86–108. 2011. (In Rus.)
13. Novak, V., Kovalevskaya, A. Ethno-cultural identity as a media object of communicative aggression. Report at the open scientific forum "Media in modern world", Sankt-Peterburg: 18–19 April 2019. (In Rus.)
14. Oleinikov, S. V. Communicative strategies of mass media in Transnistria: from paternalism to parity. *Vestnik VGU. Seriya Filologiya. Zhurnalistika*, no. 4. pp. 118–122, 2017. (In Rus.)
15. Ponomareva, E. V. Communicative strategies of the religious Orthodox press. *Vestnik UUGU. Seriya Lingvistika*, no. 1. pp. 16–21, 2013. (In Rus.)
16. Savinova, O. N. Cultural tradition and the role of the media in intercultural dialogue: the experience of the Volga Federal district. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo, seriya "Filologiya"*, vol. 2, no. 1, pp. 340–344, 2012. (In Rus.)
17. Savinova, O. N., Ivanova, E. O. To the issue of the role of the media in intercultural communication: Norwegian experience. *Aktual'nie problemy mediaissledovaniy. Proceedings of scientifically practical conference NAMMI*. M: Fakul'tet zhurnalistiki MGU, 2016: 142–144. (In Rus.)
18. Savinova, O. N., Chernovolova, N. R. Coverage of ethnic information in the foreign press (based on English and Norwegian media). *Medijnaja indoktrinacija: antropologicheskije issledovaniya*. M: IEA RAN, 2018: 238–247, (in Rus.)
19. Smirnova, O. V. Print media strategies in the digital age. *Vestnik MGU*, no. 6, pp. 26–39, 2013. (In Rus.)
20. Smolyarova, A. S. The functional originality of ethno-cultural media. *Mediascope*, no. 3, 2014. Web. 01.04.2019: <http://www.mediascope.ru/1568> (In Rus.)
21. Tishkov, V. A. Ethnic and religious diversity is the basis of stability and development of Russian society: Articles and interviews. M: Moskovskoe buro po pravam cheloveka, «Academia», 2008. (In Rus.)
22. Tulupov, V. V. Communicative strategies in modern Russian journalism. *Vestnik VGU. Seriya Filologiya. Zhurnalistika*, no. 1. pp. 197–211, 2005. (In Rus.)
23. Tulupov, V. V. Coverage of interethnic relations in regional media. *Novoye v massovoy kommunikatsii*, no. 7–8, pp. 2–4, 2013. (In Rus.)
24. Bjørnsen, G. Investigators or integrators: broadcast journalists covering multicultural Norway. Media in motion: cultural complexity and migration in the Nordic Region. Eide E. (ed). Ashgate Publishing, 2011: 53–70. (In Engl.)
25. Matsaganis, M. D., Katz, V. S., Ball-Rokeach, S. J. Understanding ethnic media: producers, consumers, and societies. Los Angeles: SAGE Publications, 2011. (In Engl.)
26. Savinova, O. The Role of Mass Media in Strengthening Intercultural Dialogue and Accord in Society. *Asian Social Science*, pp. 262–267, vol. 3, no. 11, 2015. (In Engl.)
27. White, C. D., Duck, J., Newcombe, P. The impact of media reliance on the role of perceived threat in predicting tolerance of Muslim cultural practice. *Journal of Applied Social Psychology*, pp. 51–82, no. 42, 2012. (In Engl.)

Received: May 10, 2019; accepted for publication July 20, 2019

Information about authors

Savinova Olga N., Doctor of Political Science, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod; 23 Gagarina st., Nizhny Novgorod, 603950, Russia; e-mail: 508@bk.ru.

Ivanova Elena O., Postgraduate Student; Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod; 23 Gagarina st., Nizhny Novgorod, 603950, Russia; e-mail: alena.o.ivanova@gmail.com.

Contribution of authors to the article

O. N. Savinova: the main author, collected and analyzed the research material, formulated conclusions and generalized results.

E. O. Ivanova: collected and analyzed the research material, prepared the manuscript.

Reference to the article

Savinova O. N., Ivanova E. O. Communicative Media Strategies in Modern Intercultural Discourse: Theoretical Approaches // Humanitarian Vector. 2019. Vol. 14, No. 5. PP. 87–97. DOI: 10.21209/1996-7853-2019-14-5-87-97.