

правлена на ее поддержание и развитие» [76, с. 7].

В связи с этим следует регулировать рекламный процесс с целью улучшения отношений общества и рекламодателя, для правильного использования рекламы в становлении культуры.

Реклама выступает источником развития культуры. Поэтому культурно – просветительские цели, которые ставят перед собой создатели рекламы, способствуют формированию определенной части в культурно – коммуникативной системе. Сформированное мультимедийное пространство, позволяющее стирать границы между массовой и высокой культурой, создает единое цифровое поле.

#### *Литература:*

1. Дымшиц М.Н. Реклама на местном телевидении [Электронный ресурс] / М.Н. Дымшиц. – Электрон. дан. и прогр. – М., 2007. – Режим доступа: <http://www.sovetnik.ru/pressclip/more/?id=26430>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 20.12.2014.

2. Васильев С.К. Реклама как фактор трансформации отечественного телевидения: конспект лекций / С.К. Васильев. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. – 36 с.

3. Виноградов Д. Технологии прогноза телевизионного рекламного предложения. Тенденции [Электронный ресурс] / Д. Виноградов. – Электрон. дан. и прогр. – М., 2013. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения: 25.12.2014.

4. Сендидж Ч. Реклама: теория и практика: учеб. пособие / Ч. Сендидж. – М.: Сирин, 2009. – 620 с.

**УДК: 621.397.132**

**М. Спирчагова,**  
*студент*

*Казанского (Приволжского) федерального университета  
г. Казань, Россия*

© М. Спирчагова

### **ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ОРИГИНАЛЬНОГО САЙТА ФОНДА «ЕВРАЗИЯ» ([HTTP://WWW.EURASIA.ORG](http://www.eurasia.org)) В КОНТЕКСТЕ КОММУНИКАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

*Аннотация.* В статье рассмотрены вопросы построения коммуникативных отношений в пределах оригинального сайта фонда «Евразия», где прослеживается последовательность необходимых ре-

зультативных действий профессионально выстроенной информационной политики. Контент сайта отражает целевую установку создателей, наглядно показывает участие целевой аудитории в предлагаемых обучающих программах фонда, убедительно показывает, иллюстрируя, достигнутый результат, ориентируется только на положительный настрой всех пользователей сайта [www.eurasia.org](http://www.eurasia.org), представленного в Сети на английском языке.

*Ключевые слова:* сайт, Евразия, фонд, сотрудничество, коммуникативное обращение, обучающие профессиональные программы, информационная политика.

*Abstract.* The article considers the issues of building communicative relationships within the original site of the Fund "Eurasia", which shows the sequence of productive actions necessary professionally, designed information policy. The content of the site reflects the goals of the creators, clearly shows the involvement of the target audience of the proposed training programs of the Fund, illustrates, illustrating, the result focuses only on the positive attitude of all users of the website in English [www.eurasia.org](http://www.eurasia.org).

*Keywords:* the website, Eurasia, Foundation, collaboration, communication treatment, professional training programmers, information policy.

В основе исследования лежит одноименный сайт Евразия ([www.eurasia.org](http://www.eurasia.org)) на английском языке, который своим названием полностью соответствует научной тематике, вынесенной в название конференции. Сайт [www.eurasia.org](http://www.eurasia.org) является виртуальным окном организации под названием «Фонд Евразия». У самого фонда прописана миссия, которая совпадает с основным посылом сайта. Фонд "Евразия" считает, что любые сообщества работают лучше, когда люди берут на себя ответственность за собственное гражданское и экономическое процветание. Через сотрудничество, основанное на взаимном уважении, программы фонда способны вооружить граждан на «определение вечного (нетленного) блага и на достижение результатов». При построении лидерских навыков особенно для женщин и молодежи, авторы-создатели фонда готовы помочь малому бизнесу стать более успешным, более участливым, местное самоуправление общественными организациями сделать более эффективным и устойчивым. Так считают руководитель-председатель фонда Jan Kalicki Chairman и Horton Beebe-Center, президент фонда [1].

На информационном рынке, используя инновационный подход Фонд Евразия (ФЕ) уже более 20 лет работает с отдельными лицами и

сообществами для решения проблем развития на местах. На сайте представлены партнеры фонда, которые разошлись по всему евроазиатскому миру. Партнеры фонда встречаются в Украине, России, Молдове, Центральной Азии и на Кавказе. Учреждения эти прилагают все усилия в области развития миссии фонда в соответствующих странах. Расширяется география. Фонд активно работает в Евразии, Азии, на Ближнем Востоке и в Северной Африке. Сегодня ФЕ предоставляет адресную помощь в пределах сообщества, используя свои экономические возможности, творчески использует ИКТ – инструментарий инноваций для поощрения сотрудничества.

Фонд предоставляет адресную помощь, о которой четко и наглядно рассказано на сайте. Можно сказать, что сайт – это площадка для контактов, решения общих проблем, инициатив, которые меняют жизнь отдельных людей и траекторию развития сообществ. Особенно, используя пространство сайта, наглядно показано, как строят свое будущее женщины и молодые люди. Именно они являются целевой аудиторией веб-сайта Евразия.

Часть коммуникативного обращения к потенциальным пользователям состоит в призывно-пропагандирующем аспекте и выложена в строгой протокольной форме, с соответствующей агитационной лексикой. А именно начало классически связано с хорошим пожеланием: «Добро пожаловать на сайт Фонда "Евразия"». Далее налаживается коммуникативный мост и начинается разговор, нацеленный на конкретное установление контакта, способствующего началу разговора-диалога. «Мы надеемся, что, посетив это виртуальное окно нашей организации, вы узнаете о наших программах и партнерах лучше. Вдохновленные чувством бодрости, возможно, совершенно разные люди соберутся вместе для решения коллективных проблем. На нашем сайте вы увидите программы, которые варьируются по тематике. Здесь и выступающие за свободу интернета на Ближнем Востоке, и вопросы укрепления общественных организаций в Беларуси и расширение доступа к правосудию в Центральной Азии. По всей Евразии мы сотрудничаем с нашими региональными партнерами. На всем Ближнем Востоке и в Китае мы сотрудничаем с рядом местных организаций, наделенных особыми способностями. Через преисполненную энтузиазмом речь, из первых рук, вы узнаете, как наши инициативы меняют жизнь отдельных лиц и траектории развития их обществ. И вы откроете для себя картину, ставшую связующей нитью и протянувшейся от Средиземного моря до Тибетского нагорья и из се-

верной части России на Аравийский полуостров. Здесь можно будет узнать каков решающий вклад женщин и молодых людей, как они строят свое будущее. Важность работы Фонда "Евразия" и ее партнеров по всему миру была бы невозможной без живого интереса и приверженности таких друзей, как вы. Мы призываем потратить время на этой странице и связаться с нами, если вы захотели бы узнать больше об этом Фонде и о возможности участия в наших программах» [2]. В таком изложении превалирует искренняя заинтересованность в каждом посетителе.

История фонда вложена в несколько строк. Фонд был основан как государственно-частное партнерство в 1992 году. В течение года был учрежден первый в Москве «полевой офис», и в ближайшее время такие офисы действовали в каждой стране бывшего Советского Союза. Фонд постепенно обновлял и дополнял свою аудиторию, также как и масштабы своих операций, поддерживая основную миссию расширения возможности граждан брать на себя ответственность за собственное гражданское и экономическое процветание.

Говоря о возможностях привлечения граждан, создатели Фонда справедливо считают, что общества функционируют лучше всего, когда люди «берут на себя ответственность за собственное гражданское и экономическое процветание». Через сотрудничество, основанное на взаимном уважении, предлагаемые программы способны вооружить граждан в определении и достижении результатов. Фонд Евразия – это частная, управляемая некоммерческой организацией, структура, поддерживаемая агентством США по международному развитию (USAID) и другими государственными и частными донорами. С 1992 года Фонд Евразия инвестировал более \$380 млн. через более 8400 грантов и программ, действующих в Афганистане, Армении, Азербайджане, Беларуси, Грузии, Казахстана, Кыргызской Республики, Молдовы, России, Таджикистана, Туркменистана, Украины и Узбекистана.

Основной подход работы Евразии основывается на приверженности поддержки значимых и долговременных изменений в сообществах, где ведется основная работа. С этой целью предлагаемые программы способны удовлетворять потребности всех индивидов и того общества, в котором они живут. Основной подход базируется на следующих руководящих принципах[3]. *Инклюзивность*: фонд приумножает голоса маргинальных групп, особенно женщин, молодежи, меньшинств и экономически бесправных. В EF-программах созданы

все условия для включения индивидов и социальных групп, проживающих за пределами крупных городов и при отсутствии физического доступа к ресурсам и сетям. *Сотрудничество*: фонд стремится к созданию подлинного и долгосрочного партнерства, основанного на доверии и взаимном уважении. Проектируя и реализуя инициативы совместно с партнерами на местах, авторы программ постоянно стремятся к улучшению качества работы, слушая заинтересованные стороны, партнеров и бенефициаров. *Адаптация*: фонд адаптирует свои программы в различных контекстах, в которых они работают. Идет устранение коммуникативных барьеров для женщин на рабочем месте, создаются специальные платформы для участия молодежи, изучается индивидуальный опыт, структурируются вопросы использования внутренних сетей, идет партнерское содружество, куда направляются ресурсы, которые актуальны и полезны в повседневной жизни бенефициаров. *Практичность*: фонд поддерживает создание локальных решений по развитию лидерства и распространяет опыт в предметной области в рамках сообществ. От предпринимательства к расширению прав и возможностей женщин. Известно немало обучающих программ, которые подчеркивают критическое мышление, умение решать проблемы и коммуникативные навыки, подкрепленные практическими приложениями, помогающие участникам применить новые навыки в реальных жизненных условиях.

Фонд "Новая Евразия" реализует широкий спектр программ. Каждая программа предназначена для дальнейшего воплощения в жизнь одной из двух стратегических целей: повышение социального развития и человеческого капитала, повышение конкурентоспособности и инновационного потенциала российских территорий. Фонд Евразия Центральной Азии (ФЕЦА) поддерживает местные инициативы в сфере гражданской активности, развитие частного предпринимательства, образования и государственного управления. Программные области включают поддержку развития гражданского общества и повышения качества услуг, предоставляемых населению; повышение качества образования и поддержку молодежи; развитие предпринимательства и поддержку экономического роста; и поощрение корпоративной социальной ответственности.

Большую часть контента для целевой аудитории занимают наглядно показанные программы. Их очень много, они все актуальные, все востребованы, много откликов, есть спрос на тематические программы. Например, *Профессиональная молодежная журналистика в*

*Центральной Азии* (Professional youth journalism in central Asia). Здесь разработана своя адресная программа. Начинающие журналисты в Центральной Азии сталкиваются с серьезными проблемами, в том числе самоцензуры и политического контроля. В то же время, многие молодые журналисты-выпускники университетских программ подчеркивают, что в обучении отсутствуют достаточные знания и технические навыки, чтобы выйти в конкурентоспособную медиасреду. Программа Профессиональная Молодежная Журналистика (PYJ), реализуемая в партнерстве с Фондом Евразия Центральной Азии и организацией «Клооп медиа», помогает молодым журналистам повысить качество работы и нарастить профессионализм. В 2010 году при поддержке Государственного департамента США, PYJ стремились расширить имеющийся успех Клооп в формате созданного сайта новостей и открывшейся медиа-школы в Бишкеке, что одновременно обеспечивало и практическое обучение, и площадку для молодых журналистов, которые могли публиковать свои работы. Через PYJ, Клооп расширил создание подобных молодежных медиа-школ в Алматы, Казахстан; Душанбе, Таджикистан; Ош, Кыргызстан. Эти школы учат молодых журналистов практическим навыкам по пяти основным модулям: newswriting, социальные медиа, фотография, медиа-этики и права, и видеосъемка. Студенты, проходя тщательную редакторскую проверку, применяют свои новые знания, что обеспечивает публикацию работы онлайн через Клооп сети.

*Китайские программы* (CHINAPROGRAM). Начиная с 2007 года, эта программа целенаправленно закладывает основы устойчивого и независимого развития сектора неправительственных организаций в Северо-Западном Китае. Разрабатывает поддержку отечественного производителя, укрепляя организационный потенциал местных неправительственных организаций, а также стимулирует гражданскую активность, среди неблагополучных групп населения региона особо выделяя здесь женщин. *Русский общественный медиа-проект* (Russian community media project). Программы фонда приступали к поддержке независимых медиа в России в 2004 году. Это начинание реализовано в партнерстве с "Новой Евразией" в Москве и Фондом независимого радиовещания. Здесь предусмотрена программа обучения и техническая помощь отдельным газетам и радиостанциям с относительно небольшой аудиторией.

Итак, информационная политика сайта показывает, что у представленного одноименного ресурса [www.eurasia.org](http://www.eurasia.org) четко выделена

коммуникативная составляющая[4]. Очевидна широкая география. Без всякого сомнения, налицо, достоверность информации, которая подтверждена документами, скриншотами, сканированными официальными страницами. На сайте из первых рук представлена вся животрепещущая востребованная информация. Ресурс поддерживает тему инклюзивности подхода, который, безусловно, расширяет аудиторию и ее возможности делает неограниченными. Присутствует информационная осведомленность с элементами пропаганды на высоком уровне. На сайте предложено и Онлайн обучение для целевой аудитории. Ясная и удобная навигация. Посетители веб-сайта не потеряются на отдельной странице или в каком-либо разделе. Установлен единый способ перехода от страницы к странице и от раздела к разделу. Здесь можно в качестве иллюстративного доказательства привести «Требования к навигации сайта»: логичность по структуре и оформлению; наличие удобной основной и вспомогательной навигации с одинаковым позиционированием на всех страницах; навигация сайта должна в любой момент предоставлять посетителю возможность быстро и безошибочно определить свое местонахождение на сайте и однозначно отвечать на три вопроса: «Где я нахожусь?», «Где я уже был?», «Куда я могу пойти?». Также с точки зрения построения коммуникативной правдоподобной цепочки взаимодействия можно отметить уместное наличие познавательной информации на веб-ресурсе, который в формате всей исходной информации существует на английском языке.

#### *Литература:*

1. <http://www.eurasia.org>
2. <http://www.eurasia.org/Mission>
3. <http://www.eurasia.org/Approach>
4. Коммуникативные практики в современном обществе / под ред. В.В. Васильковой, И.Д. Демидовой. – СПб., 2008.