

ТИХОНОВА О.В.

*кандидат филологических наук, старший преподаватель
Московский государственный университет*

ЭТНИЧЕСКАЯ КАРТА СМИ РОССИИ: РОЛЬ ТЕЛЕВИДЕНИЯ В СОХРАНЕНИИ КУЛЬТУРНОЙ САМОБЫТНОСТИ РЕСПУБЛИК

Аннотация. Статья посвящена специфике эфирного контента государственных телекомпаний в республиках Российской Федерации на примере Татарстана, Башкортостана и Чувашии: определено значение телепроектов на русском языке и языке преобладающей этнической группы в деле популяризации культурных, духовных ценностей народов. В программном секторе важное место занимают культурно-просветительские передачи различной тематики (обряды, кухня, традиции и др.), цель которых – сохранение обычаев и языков многонациональных регионов страны. В статье подчеркивается особая роль этнических аудиовизуальных СМИ в распространении национальной культуры.

Ключевые слова: телевидение, Татарстан, Башкортостан, Чувашия, этнические группы, культура, республика, Интернет.

Abstract. The article is devoted to the specifics of the broadcast content of state TV companies in the republics of the Russian Federation on the example of Tatarstan, Bashkortostan and Chuvashia: the importance of television projects in Russian and the language of the predominant ethnic group in the popularization of cultural and spiritual values of peoples is determined. In the program sector, an important place is occupied by cultural and educational programs of various subjects (rituals, cuisine, traditions, etc.), the purpose of which is to preserve the customs and languages of the multinational regions of the country. The article emphasizes the special role of ethnic audiovisual media in the dissemination of national culture.

Keywords: television, Tatarstan, Bashkortostan, Chuvashia, ethnic groups, culture, republic, Internet.

Введение

По статистическим данным Всероссийской переписи населения 2010 г., такое многонациональное и многоэтническое государство, как Российская Федерация, объединяет представителей более 190 национальностей, говорящих на 150 языках [17]. В связи с этим актуален вопрос государственного единства и целостности России, ее языкового и культурного многообразия и гармоничной межкультурной среды.

Особенная роль в этом принадлежит средствам массовой информации, выходящим на языках этнических групп или на нескольких языках и адресованным соответствующей целевой аудитории. По И.Н. Блохину, «этническая журналистика – это журналистика, выполняющая функции самопознания народом своего этнического бытия, консолидации и интеграции этноса, сохранения и развития его культурной самобытности» [1]. Кроме того, этнические СМИ представляют собой важную составляющую государственной стратегии в области поддержки и сохранения культуры малых народов России, укрепления их духовной общности.

Так, 19 декабря 2012 г. указом Президента Российской Федерации принята стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 г.; по итогам совместного заседания Совета при Президенте по межнациональным отношениям и Совета по русскому языку 19 мая 2015 г. вышел перечень соответствующих поручений Президента РФ В.В. Путина; действует постановление Правительства Российской Федерации «О федеральной целевой программе «Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие народов России (2014–2020 гг.)»; работают Совет при Президенте по межнациональным отношениям, а также Федеральное агентство по делам национальностей и т.д.

Таким образом проводится целенаправленная государственная поддержка этнических СМИ на федеральном и на региональном уровнях. Следует отметить достаточно высокий интерес российских исследователей к различным аспектам системы этнических СМИ. Однако, отсутствует комплексное (количественное и качественное) исследование СМИ на языках этнических групп России.

В ряде работ авторов была предпринята попытка провести подобный анализ этнических СМИ, выявивший такие характерные особенности функционирования, как превалирование государственной формы собственности этнических СМИ над негосударственной, наличие большей доли русскоязычного контента; зависимость численности этнической группы и количества СМИ на языке этой группы и т.д. [3, С. 16]. Результаты подтверждают необходимость более детального изучения этнических СМИ России, что позволит проанализировать данные процессы с учетом региональной специфики.

Нынешнее обращение к содержанию телевизионного эфира республик Татарстан, Башкортостан и Чувашия объясняется несколькими причинами:

– во-первых, высокой долей соответствующих этнических групп в общем составе населения России. По данным Всероссийской переписи населения 2010 г., татары (3,87% от общего числа указавших свою национальную принадлежность), башкиры (1,15%) и чуваша (1,05%) являются наиболее крупными этническими группами по численности населения в России, исключая русских [14];

– во-вторых, наличием значительного числа СМИ на языках республик в открытом доступе (в сети Интернет).

Исследование позволит дать представление о состоянии аудиовизуальных СМИ в указанных республиках: числе официально зарегистрированных СМИ, их основной форме собственности, объеме аудитории, количестве и качестве материалов на этнических языках и на русском языке и т.д.

Изучение телевизионного сегмента аудиовизуальных СМИ является одним из главных направлений комплексного исследования современного состояния и перспектив развития этнических СМИ страны. Данную актуальность диктуют не только такие факторы, как активное развитие информационно-коммуникационных технологий, распространение цифрового телевидения [12], рост аудитории телепрограмм, но и в целом значимость аудиовизуальных СМИ (в первую очередь, телевидения) в обществе.

Телевидение стабильно занимает первую строчку в рейтинге источников информации, которым россияне доверяют больше всего (63% участников опроса, по данным 2015 г.) [4]. Несмотря на то, что в последнее время уровень доверия граждан к телевидению несколько снизился (до 56%, по данным на ноябрь 2016 г. [4]), оно по-прежнему остается одним из основных источников информации для значительного числа граждан России. Многие (почти 60%, по данным на июнь 2017 г.) исключают для себя возможность отказаться от телевидения в пользу других источников информации и развлечений [15].

Более того, телевидение «играет ключевую культууроформирующую роль, помогающую зрителю сделать выбор в пространстве окружающего мира посредством сформированной отраженной реальности. В контексте процессов визуализации, свойственных вектору развития современной культуры, именно телевидение с его специфическим набором выразительных средств становится основным каналом трансляции обществу социокультурных ценностей» [7]. Изучение данного аспекта в ракурсе республиканского телевидения видится своевременным.

Особенности итоговой выборки

На республиканском медиаландшафте функционируют телекомпании, по большей части, с принципом двуязычного вещания (на русском языке и преобладающем национальном). Это показали результаты предшествовавшего количественного изучения рынка аудиовизуальных этнических СМИ республик Татарстан, Башкортостан и Чувашия, официально зарегистрированных, по данным Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и мас-

совых коммуникаций (Роскомнадзора) [2]. Телеканалы, выходящие в эфир исключительно на национальном языке, есть только в Башкортостане – 60% (3 из 5). Их формат относится преимущественно к музыкально-развлекательному, что не позволяет в полной мере очертить жанрово-тематическую структуру телеэфира.

Средства массовой информации трех субъектов Российской Федерации в Приволжском федеральном округе, на территории которого располагаются указанные республики, примерно одинаково отличаются активным медиаполем и сопоставимой аудиторией. Согласно лицензиям на осуществление телевизионного и радиовещания, ежедневная аудитория крупнейших информационных холдингов республик (ГТРК) насчитывает, в среднем, по пять миллионов потенциальных зрителей – жителей не только республики-вещателя, но и районов граничащих республик (Марий Эл, Удмуртии, Мордовии), а также областей (Кировской, Нижегородской, Ульяновской, Самарской, Оренбургской, Свердловской, Челябинской) и Пермского края, составляющих зону покрытия сигналом вещания.

В Башкортостане функционирует пять телеканалов – государственные ГТРК «Башкортостан», БСТ («Башкирская спутниковая компания»), детский «Тамыр» и частные музыкальные «Туган Тел» и «Курай-ТВ»; три в Татарстане – государственные ГТРК «Татарстан», «Татарстан-Новый век» и частный музыкальный ТМТV (Tatar Music TV); два в Чувашии – государственные ГТРК «Чувашия» и «Национальная телерадиокомпания Чувашии».

Учредителем включенных в окончательную выборку исследования государственных телекомпаний ГТРК «Татарстан» [10] (г. Казань), ГТРК «Башкортостан» [9] (г. Уфа) и ГТРК «Чувашия» [11] (г. Чебоксары) является крупнейший российский медиахолдинг Федеральное государственное унитарное предприятие «Все-российская государственная телевизионная и радиовещательная компания» [8] (ФГУП ВГТРК), образованный Президиумом Верховного Совета РФ еще в 1990 году (владелец ВГТРК – Правительство России).

Республиканские филиалы производят оригинальный контент в рамках эфирного сегмента федеральных телеканалов («Россия 1», «Россия 24», «Россия Культура» с обязательным указанием республик в названиях). Кроме того, региональными ГТРК в Татарстане и Башкортостане запущены новые проекты местных круглосуточных информационных каналов: «Татарстан 24» и «Башкортостан 24». В итоговую выборку настоящего исследования из аудиовизуальных СМИ вошел ТК «Россия 1», поскольку программы только этого телеканала записываются на русском языке и языке преобладающей этнической группы (татарском, башкирском и чувашском в соответствующих республиках).

Фокус исследования ограничен определенными хронологическими рамками, охватывающими период с 19 сентября по 2 октября 2016 года, что объясняется следующими факторами:

- традиционное общепринятое в масс-медиа начало телесезона, в связи с чем вектор программной политики многих телевизионных компаний переориентируется на обновленный в жанрово-форматном и тематическом плане контент, отвечающий интересам и запросам зрителей;

- проведение накануне – 18 сентября 2016 года – так называемого единого дня голосования в стране, что способствовало несомненной активизации внимания целевой телеаудитории после участия в таких разноуровневых выборах: депутатов Государственной думы РФ, глав субъектов РФ и депутатов законодательных органов государственной власти на данном уровне.

Методология

На данном этапе исследования применен основной метод контент-анализа, который позволяет проанализировать жанрово-тематическое своеобразие программ государственных ТРК «Татарстан», «Башкортостан» и «Чувашия». Эмпирическую базу составляют эфирные материалы обозначенного выше периода, размещенные на Интернет-платформах региональных филиалов ВГТРК, которые представляют собой мультимедийные порталы с обширным видеоархивом в формате датированного рубрикатора.

Для изучения республиканского контента был разработан специальный кодификатор этнических аудиовизуальных СМИ, фиксирующий

- количественные характеристики: общее число программ за указанный период в версии на русском и этнических языках, программ на этнических языках, на русском языке; оригинальных программ, доступных только в версии на этническом языке или же только в версии на русском языке;

- качественные: жанры (обозрение, беседа, репортаж, интервью, ток-шоу, комментарий, документальный фильм и др.), тематика (культура, искусство, наука, религия, межнациональные отношения, образование и др.), ключевые герои (деятели культуры, искусства, работники науки, образования, священнослужители, обычные граждане и др.).

Более того, при этом фиксируются

- стилистические языковые средства телепередач (использование фольклора, пословиц и поговорок; литературных образов, цитат, стихов; различных тропов, метафор, фразеологизмов или же сниженной лексики, арго; избыточных иностранных слов и пр.);

– выразительные средства экрана (использование документальных видеозаписей, музыкального и фоторяда, инфографики; определенных приемов съемки и монтажа и пр.).

Отсутствие на сайтах телекомпаний текстовых расшифровок программ, кратких анонсов и даже перевода названий проектов на национальных языках, а также неархивирование еженедельных программ телепередач, размещаемых в специальных разделах, значительно увеличивают время, необходимое для проведения контент-анализа в целом, получения более точного процентного соотношения присутствия материалов на русском и национальном языках в общем контенте телеканала. Анализ содержания аудиовизуальных материалов на языках этнических групп проводился при участии носителей татарского, башкирского и чувашского языков; материалов на русском языке – непосредственно авторами исследования.

Специфика республиканского аудиовизуального контента

Среди проектов телеэфира республик Татарстан, Башкортостан и Чувашия нами особо отмечены культурно-просветительские на фоне информационных, аналитических, социально-экономических, спортивных и развлекательных.

Телепроекты, способствующие распространению национальной культуры в республиках, посвящены темам обрядов, кухни, традиций и нацелены на сохранение обычаев и языков многонациональных регионов страны (татарский тележурнал «Дороже богатства» и др.).

Достаточно популярным и в то же время несложным по форме является телевизионное знакомство с духовно богатой личностью – в центре внимания авторов передач становятся необычные судьбы не только известных, но и простых людей (татарские проекты «Замандаш» / «Современник», «Вдохновения миг» и «Город мастеров», специальная рубрика башкирского утреннего канала «Хэйерле иртә, Республика!» / «Доброе утро, Республика!» и др.). Существует социальная потребность телеаудитории видеть на экране лучших – некий эталон личности, а также идентифицировать себя с определенной этнической группой, с ее специфическими интересами.

Трансляцией музыкальных концертов, поэтических и литературных выступлений, театральных постановок (татарские телепередачи «Мир культуры», «Музыкаль мизгелләр» / «Музыкальные мгновения», «Рухи хэзинә» / «Духовные ценности», «Ижат» / «Творчество» и др.) телевидение стимулирует развитие народного творчества.

Многие из перечисленных программ выходят при поддержке Республиканских агентств по печати и массовым коммуникациям / Министерств информационной политики и массовых коммуникаций и готовятся специальными редакциями / службой национального вещания – структурными подразделениями ГТРК.

Условие двуязычия (наличия в республиках нескольких государственных языков, в числе которых – язык титульной нации и русский язык) неким образом отражается на специфике производства контента, в том числе культурно-просветительского. Так, в ходе исследования было замечено, что в этнической телепередаче корреспонденты в репортажах / сюжетах стараются беседовать со спикерами, которые свободно владеют национальным языком. Однако, как отмечают коллеги в экспертных интервью, найти такого человека на съемочной локации (месте события) нередко становится весьма проблематичной задачей [6]. По этой причине на русскоязычный синхрон накладывается этнический перевод, хотя в редакциях решение может быть и иным.

К примеру, в этнической телепередаче «Ижат» («Театр») на «России 1. Татарстан» от 30 сентября 2016 г. (хронометраж – 46 мин. 50 сек.), посвященной VIII Международному театральному фестивалю национальной драматургии им. К. Тинчурина в Казани, из 29 деятелей театрального искусства 15 говорили в синхронах (коротких фрагментах интервью) на татарском языке, 14 (приехали из Дагестана, Адыгеи, Кыргызстана и других республик) – на русском без закадрового перевода (при этом было сохранено единообразие графического оформления этнического проекта – титры на национальном языке) [5].

В целом, достаточно очевидно, что программы на национальном языке в большинстве своем самостоятельны, самобытны и не дублируют передачи на русском языке и наоборот. В ходе настоящего исследования проанализировано 92 телепрограммы (45 на национальных языках и 47 – на русском), выходявшие в эфир телеканалов: «Россия 1. Татарстан», «Россия 1. Башкортостан», «Россия 1. Чувашия».

Предварительные результаты изучения контента показали, что самым популярным жанром телевизионных программ на национальных и русском языках за указанный период является репортаж как один из основных и важных в современном телевещании, когда сама визуальная специфика ТВ дает немало возможностей для яркой подачи информации.

В ряду используемых в телеэфире стилистических языковых средств программ одинаково активно выделяются различные тропы, метафоры, фразеологизмы и др. В силу аудиовизуальной специфики природы телевидения главными

выразительными средствами в телепрограммах являются а) музыка в качестве фонового оформления проектов национальными мелодиями, классической музыкой известных композиторов республик, а также в виде сольного или коллективного исполнения народных песен или популярных современных – на национальном языке; б) монтаж как метод творческого осмысления автором действительности, создания эмоциональной среды телевизионного произведения.

Ключевыми героями как сюжетов и репортажей, так и телестудии являются деятели культуры и искусства, работники науки и образования в этнических передачах, что подтверждает удачное использование такого достаточно распространенного приема подачи информации в телеэфире, как персонификация (о теме или событии – через историю «маленького человека»).

Среди основных тематик телепрограмм региональных филиалов ВГТРК, входивших в выборку проведенного исследования, доминируют культура и искусство, что способствует распространению национальной культуры в республиках, сохранению языкового и культурного плюрализма и укреплению российской нации.

Касательно локальности контента (своеобразной тематической «географии») закономерно и почти равновелико во всех телепрограммах (на национальных языках и на русском) лидируют столицы (г. Казань, г. Уфа и г. Чебоксары) как этнические центры изучаемых регионов и субъект Российской Федерации как таковой (республики Татарстан, Башкортостан и Чувашия).

Заключение

Общность исторически сложившихся реальностей – не только в экономике, но в культуре, а также в ментальности людей, межличностных и внутрисемейных отношениях – обуславливает консолидирующие связи на постсоветском ландшафте. И роль тележурналистики в сохранении единого не просто информационного, а культурного, духовного пространства велика.

Цивилизация меняет мир, но его ценности, традиции остаются неизменными. На этом строится культурная доктрина России, как, впрочем, и всех индустриально-развитых стран, которые решают проблему сохранения национальной культуры, передачи подрастающим поколениям ее наиболее значимых образцов, норм, ценностей и идеалов с помощью создания общественных и культурно-просветительских СМИ, конкретных тематических журналистских проектов.

Анализ современного состояния телепрограмм культурно-просветительской направленности в республиканском эфире подтверждает предположение о неоценимом значении аудиовизуальных этнических СМИ в деле распространения культурных, духовных ценностей, знаний о прошлом и настоящем того или

иною народа, его ярких представителей – а значит, формирования национального самосознания.

В центре нашего внимания оказалась и мало изученная проблематика, связанная с комплексом эффективных средств выразительности экрана в обозначенных передачах и учтенная при разработке специального кодификатора аудиовизуальных этнических СМИ. Применение образных возможностей экрана в тележурналистике, особенно в программах культурно-просветительского направления, считается признаком профессионализма.

В результате исследования будут расширены представления о современном состоянии аудиовизуальных СМИ на татарском, башкирском и чувашском языках (их качественные и количественные характеристики), востребованности таких СМИ у аудитории, профессиональных сложностях, с которыми сталкиваются СМИ в условиях двуязычия (выхода в эфир на языке этнической группы и русском) сегодня и их роли в формировании повестки дня у билингвальной аудитории. Данный проект внесет вклад в дискуссию отечественных и зарубежных исследователей о месте и роли этнических СМИ в распространении национальной культуры.

Литература

1. *Блохин И.Н.* Этнологическая культура журналиста / И.Н. Блохин // Вестник Санкт-Петербургского университета. – Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2008. – № 2. – С. 302–307.
2. *Гладкова А.А.* Региональные веб-сайты этнических групп России как отражение языкового и культурного плюрализма в сети Интернет / А.А. Гладкова // Вестник Моск. ун-та. Серия 10: Журналистика. – 2015. – № 2. – С. 17–39.
3. *Гладкова А.А., Кульчицкая Д.Ю., Лазутова Н.М., Черевко Т.С.* Современное состояние и тенденции развития этнических СМИ России (телевидение, радио, пресса, Интернет) / А.А. Гладкова, Д.Ю. Кульчицкая, Н.М. Лазутова, Т.С. Черевко // Медиаскоп. – 2016. – № 2. – URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2116>
4. Доверие российским СМИ / Фонд Общественное Мнение. – 2015. – 30 апр. – URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12140>.
5. Ижат / Телеканал «Россия 1. Татарстан». – 2016. – 30 сент. – URL: <http://trt-tv.ru/sluzhba-nacionalnogo-veshhaniya/izhat/izhat-30-09-16/>.
6. Из личной беседы с координатором главной редакции информационных программ телеканала БСТ («Башкирское спутниковое телевидение») Алсу Тузбековой. – 2016. – 19 апр.

7. *Оганезова Ю.А.* Выразительные средства телевизионных программ культурно-просветительской тематики: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Ю.А. Оганезова. – Воронеж, 2014. – 20 с.
8. Официальный сайт Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании. – URL: <http://vgtrk.com/#>.
9. Официальный сайт государственной телерадиокомпании «Башкортостан». – URL: <http://gtrk.tv/>.
10. Официальный сайт государственной телерадиокомпании «Татарстан». – URL: <http://trt-tv.ru/>.
11. Официальный сайт государственной телерадиокомпании «Чувашия». – URL: <http://www.chgtrk.ru/>.
12. *Примаков Г.* Татарстан накрыло цифровое ТВ / Г. Примаков // Республика Татарстан. – 2016. – 17 авг. – URL: <http://rt-online.ru/tatarstan-nakrylo-tsifrovoye-tv/>.
13. Россияне стали меньше доверять телевидению / Левада-центр. – 2016. – 18 нояб. – URL: <http://www.levada.ru/2016/11/18/rossiyane-stali-menshe-doveriyat-televideniyu/>.
14. Росстат опубликовал окончательные итоги переписи населения / РБК. – 2011. – 16 дек. – URL: <http://www.rbc.ru/society/16/12/2011/5703f0a89a79477633d3b2ef.html>.
15. Социологи выяснили, какие телеканалы россияне смотрят чаще всего / РИА Новости / Россия сегодня. – 2017. – 16 июня. – URL: <https://ria.ru/society/20170616/1496636468.html>.
16. *Черевко Т.С., Гладкова А.А.* Интернет-СМИ России на языках этнических групп / Т.С. Черевко, А.А. Гладкова // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 2016. – № 5.
17. Численность и размещение населения // Всероссийская перепись населения 2010. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm.