

На правах рукописи



ИВАНОВА Елена Олеговна

**ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ДИСКУРС В РУССКОЯЗЫЧНЫХ СМИ
ГЕРМАНИИ: ТЕМАТИЧЕСКИЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ
ХАРАКТЕРИСТИКИ**

10.01.10 – журналистика (филологические науки)

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Тверь – 2020

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертационное исследование посвящено анализу этнокультурного дискурса современных русскоязычных СМИ Германии, функционирующих в новейших условиях миграционного кризиса. В современных мультикультурных обществах СМИ выступают как проводники в выстраивании отношений между различными группами. Исследователи сходятся во мнении о том, что СМИ, являясь основным источником информации о многообразии общества, играют определяющую роль в формировании этнокультурной картины мира.

Для современных стран многонациональность, мультикультурность становятся настоящим вызовом. Это относится в том числе и к Германии, испытавшей в последние годы многократное увеличение миграционной активности, стремительное изменение этнокультурной ситуации, рост социальной и межэтнической напряженности, активизацию протестных настроений части общества.

Актуальность избранной темы. Вопросы межнационального, межкультурного взаимодействия в настоящее время являются ключевыми практически для всех стран мира. Два взаимосвязанных процесса – глобализация и рост национального самосознания – заметно расширили возможности СМИ в поддержании межэтнического диалога, усилили их роль в сохранении и развитии национальных культур и языков. В сложных условиях нестабильности межнациональных, межкультурных отношений исследования современного этнокультурного дискурса в СМИ приобретают особое значение.

Во всем мире растет интерес к этнокультурным СМИ – национальным, иммигрантским, диаспоральным. Их аудитории привлекают внимание политиков, предпринимателей, видящих в них важные политические силы и перспективных потребителей товаров и услуг, доступ к которым наиболее эффективно можно получить через этнокультурные СМИ. В настоящее время изучение средств массовой информации этнических меньшинств привлекает внимание исследователей, работающих в самых разных областях науки – историков,

этнологов, социологов, политологов, лингвистов, а также традиционно входит в предметное пространство современных исследований журналистики, при этом одним из перспективных направлений медиаисследований является изучение русскоязычных СМИ, выходящих за рубежом.

Массовые эмиграционные потоки из Советского Союза и впоследствии из России и стран бывшего СССР послужили причиной возникновения русскоязычных сообществ на территории различных государств по всему миру. Правительство Российской Федерации считает выстраивание отношений с соотечественниками, проживающими за рубежом, важным направлением национальной политики государства. Большое внимание уделяется поддержанию связей с различными группами русскоговорящих по всему миру, сохранению русского языка и литературы за рубежом, а также поддержке иностранной русскоязычной прессы.

Самое большое количество русскоязычных в Европе проживает в Германии. В 2015 году в этой стране произошли события, существенно повлиявшие на состояние межнациональных, межкультурных отношений. Сложная международная обстановка, стремительная активизация миграционных процессов повлекли за собой миграционный кризис, существенно изменивший этнокультурную ситуацию в Германии. В настоящее время в обществе фиксируется рост социальной и межэтнической напряженности, отмечаются проявления ксенофобии и национализма. Внутренние проблемы Германии, связанные с малой эффективностью интеграционных процессов, на фоне обострения внешнеполитической ситуации стали одной из главных тем обсуждения в средствах массовой информации, в том числе в русскоязычных СМИ Германии. Все это позволяет обратиться к исследованию тематических и коммуникативных характеристик этнокультурного дискурса в русскоязычных СМИ Германии как к актуальной и востребованной теме в современной журналистиковедческой науке.

Степень разработанности темы исследования. Анализ литературы по теме исследования показал, что в современных научных и научно-прикладных

исследованиях существуют различные подходы к изучению заявленной темы исследования. Научные труды и разработки можно разделить на несколько основных групп.

Первая группа объединяет фундаментальные труды, посвященные типологии и изучению функций современных СМИ и послужившие теоретической основой исследования. Они представлены исследованиями Я.Н. Засурского (2001), С.Г. Корконосенко (2004), Е.П. Прохорова (2011), Л.Л. Реснянской (2007), М.В. Шкондина (2007; 2018). Важными для нашего исследования являются труды Г.Ф. Вороненковой (2011; 2016; 2019), посвященные комплексному изучению медиасистемы Германии.

Вторая группа объединяет труды исследователей роли СМИ в многонациональном, мультикультурном обществе. Данная проблематика рассматривается такими отечественными исследователями, как И.Н. Блохин (2008), А.М. Верховский (2002; 2007), А.И. Грищенко (2006; 2007), И.М. Дзялошинский (2007; 2011), О.И. Лепилкина (2016), В.К. Малькова (2005; 2011; 2014), В.М. Маркина (2016; 2017), Б.Я. Мисонжников (2015), О.Н. Савинова (2010; 2012), В.А. Тишков (2011; 2016), В.В. Тулупов (2013), а также такими зарубежными учеными, как G. Bjørnsen (2011), S. Brurås (2018), L. Chouliaraki (2017), S. Cottle (1999; 2000; 2007), T.A. van Dijk (1989; 1991; 2000; 2005), M. Georgiou (2017), P. Lazarsfeld (1947), P. Petersoo (2005), R. Zaborowski (2017).

Третью группу составляют работы исследователей функционирования этнокультурных СМИ, среди которых В.З. Гарифуллин (2013), А.А. Гладкова (2016), Р.П. Овсепян (1999; 2011), Е.Ю. Протасова (2003), Н. Элиас (2006), S.J. Ball-Rokeach (2011), M. Deuze (2006), V.S. Katz (2011), M.D. Matsaganis (2011), T. Ojo (2006), H. Viimaranta (2018).

Четвертую группу составляют исследования авторов, изучающих специфику русскоговорящих мигрантов в Германии, среди которых работы В.А. Базанова (2013), А.Н. Барковского (2011), С.Е. Вершинина (2011),

Т.Н. Войлоковой (2011; 2013), К.А. Гаврилова (2008), В.Д. Попкова (2011), М.С. Савоскул (2006; 2010; 2016), Н.Ю. Федорова (1999), В. Dietz (1999; 2000).

Пятую группу составляют труды исследователей русскоязычной прессы Германии, изучающих ее в рамках нескольких подходов:

Исторический подход к изучению прессы русского зарубежья развивается Г.В. Жирковым (2003), А.В. Лысенко (1999), Н.И. Михалевым (2009).

Структурно-функциональный подход к анализу русскоязычной прессы Германии реализуется в исследованиях О.А. Вороновой (2016), В.А. Куренного (2006), в которых определяются основные типологические характеристики и условия функционирования русскоязычной прессы Германии.

Политологический подход к изучению русскоязычных СМИ Германии развивается в рамках изучения процессов ассимиляции, интеграции. Так, Ц. Дариева (2008; 2011) проводит анализ имиджа русскоязычных иммигрантов в Германии и определяет основные характеристики современного состояния русскоязычной прессы Германии. А.С. Смолярова (2012; 2014; 2015) выделяет основные интеграционные функции этнокультурных СМИ и выявляет механизмы включения русскоговорящего населения в публичную сферу Германии.

Лингвистический подход к изучению русскоязычных СМИ Германии разрабатывается К. Менг (2006), Е.А. Оглезневой (2018), Е.Ю. Протасовой (2000), А.Н. Шовгениным (2006).

Таким образом, состояние русскоязычной прессы Германии интересует исследователей, работающих в самых разных научных областях – культурологов, политологов, историков, лингвистов, социологов, изучающих различные аспекты ее функционирования. Предметом их исследований в разное время становились история развития русскоязычной прессы Германии, ее типологические характеристики, функциональное своеобразие, языковая специфика, лексические и графические особенности, влияние на процесс интеграции, однако вопросы участия русскоязычных СМИ Германии в межкультурной коммуникации в них затрагиваются лишь косвенно. В

новейшей истории Германии и новых этнокультурных условиях исследований этой темы еще не проводилось.

Объект исследования: современные русскоязычные печатные СМИ, выпускаемые на территории Германии – «Русская Германия», «Партнер», «Московский Комсомолец-Соотечественник», «Новые земляки». Для анализа были выбраны издания, освещающие общественно-политическую и этнокультурную тематику, производящие собственные оригинальные журналистские материалы, пользующиеся читательским спросом и зарекомендовавшие себя на рынке русскоязычной печати Германии. Общее количество проанализированных номеров – 139. Общее количество проанализированных публикаций – 8466.

Предмет исследования: тематические и коммуникативные характеристики этнокультурного дискурса русскоязычных СМИ Германии.

Цель исследования: провести комплексное исследование этнокультурного дискурса в четырех печатных русскоязычных изданиях Германии – «Русская Германия», «Партнер», «Московский Комсомолец-Соотечественник», «Новые земляки», выявить основные тематические характеристики и коммуникативные особенности репрезентации этнокультурных групп в медийном дискурсе.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть подходы отечественных и зарубежных исследователей к определению роли СМИ в межкультурной коммуникации;
2. Выявить специфику этнокультурных СМИ в осуществлении межкультурной коммуникации;
3. Для понимания процессов, происходящих в этнокультурном дискурсе русскоязычных СМИ, проанализировать этнокультурную ситуацию в современной Германии и место русскоговорящих в германском обществе;
4. Дать типологическую характеристику современного русскоязычного сегмента СМИ Германии;

5. Проанализировать механизмы репрезентации «своего» и «чужого» на страницах русскоязычной прессы Германии;

6. Выявить тематические и коммуникативные характеристики этнокультурного дискурса печатных русскоязычных СМИ Германии;

7. Проанализировать, как в русскоязычной прессе Германии реализуются роли СМИ в межкультурной коммуникации.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в проведении комплексного анализа этнокультурного дискурса в современных русскоязычных СМИ Германии, функционирующих в новейших условиях миграционного кризиса; автором на основе контент-аналитического исследования выявлены тематические характеристики этнокультурного дискурса и коммуникативные особенности репрезентации этнокультурных групп в СМИ; уточнена концепция роли СМИ в межкультурной коммуникации.

Теоретическая значимость. Исследование вносит вклад в дальнейшее изучение роли СМИ в межкультурной коммуникации, в изучение этнической журналистики, этнокультурных СМИ, русскоязычных СМИ зарубежья.

Практическая значимость заключается в дальнейшем исследовании моделей коммуникативных стратегий в межкультурной коммуникации. Материалы исследования можно использовать в разработке учебных курсов «СМИ и толерантность», «Информационное программирование этноконфессиональных процессов», «Современные зарубежные СМИ» для студентов, обучающихся по специальности «Журналистика».

Методология и методы диссертационного исследования. Методологической базой исследования послужили фундаментальные труды, посвященные типологии и изучению функций современных СМИ, проблемам этнокультурной политики государства, теории дискурсивного анализа медиатекстов, проблемам «языка вражды» в СМИ.

В исследовании применены общенаучные методы, представленные приемами классификации, интерпретации и обобщения; логический и

исторический методы; метод анализа научной литературы; типологический анализ; контент-анализ публикаций СМИ; дискурс-анализ медийных текстов. Филологический аспект работы проявляется в изучении публикаций четырех русскоязычных газет Германии, анализе их содержания, жанровых и стилистических особенностей.

Хронологические рамки исследования. Рассматривается новейший этап развития русскоязычной прессы Германии с 2015 по 2019 гг. Хронологические рамки обусловлены началом активной фазы миграционного кризиса и актуализацией его обсуждения в СМИ в 2015 году. Миграционный кризис существенно изменил этнокультурную ситуацию в Германии и повлиял на состояние межнациональных, межкультурных отношений в стране и, как следствие, на характер медийного дискурса.

Положения, выносимые на защиту:

1. Дифференцированный характер русскоговорящего населения Германии находит свое отражение в дифференцированности русскоязычной прессы Германии, что, в свою очередь, выражается в жанрово-тематическом многообразии представления этнокультурной тематики в русскоязычных СМИ Германии;

2. Результаты контент-аналитического исследования показали, что в этнокультурном дискурсе русскоязычных СМИ Германии фиксируются различия в формировании «круга своего», выражающиеся в различных векторах выстраивания межкультурной коммуникации;

3. Отличные по своим целям и задачам, целевым аудиториям, редакционной политике русскоязычные СМИ Германии демонстрируют схожие стратегии конструирования инаковости, которые реализуются в публикациях о миграционном кризисе;

4. Исследование показало, что в проанализированных русскоязычных СМИ Германии отсутствует жесткий «язык вражды», вместе с тем во всех проанализированных СМИ обнаружены имплицитные дискриминирующие практики в отношении «чужих»;

5. Среди основных коммуникативных особенностей в освещении темы мигрантов и беженцев можно выделить использование стратегий дегуманизации, деперсонификации, коллективизации, исключения, проявляющихся как в лексическом, так и в графическом оформлении медийного дискурса;

6. Результаты исследования содержания русскоязычных СМИ Германии выявили реализацию целого ряда ролей СМИ в построении межкультурной коммуникации между своей аудиторией и принимающим сообществом, среди которых особенно заметны интеграционная, информирующая, посредническая, просветительская и защитная роли прессы;

7. Проанализировав научные представления о роли СМИ в межкультурной коммуникации и современные журналистские практики, автор приходит к выводу о необходимости развития диалоговой модели этнокультурного дискурса, усиления внимания к вопросам подготовки журналистских кадров, освещающих межэтническую тематику в СМИ.

Степень достоверности результатов исследования. Научная достоверность результатов проведенных исследований обеспечивается опорой на необходимую теоретическую и методологическую базу исследования, глубокой проработкой источников научной литературы по теме диссертации, обширным эмпирическим материалом.

Апробация результатов. Материал диссертации апробирован на 8 конференциях, среди которых Всероссийский молодежный научный форум «Наука будущего – наука молодых» (Казань, 2016); III Международная молодежная научно-практическая конференция «Гармонизация межнациональных отношений в условиях глобального общества» (Нижний Новгород, 2017); Научная конференция кафедры журналистики «Журналистика в системе альтернативных источников информации» (Нижний Новгород, 2017); Международная конференция «Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия» (Москва, 2018); Международная научно-практическая конференция кафедры журналистики «Журналистика как важный фактор международного сотрудничества: векторы развития» (Нижний Новгород, 2018);

Всероссийская научно-практическая конференция аспирантов и студентов «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы» (Воронеж, 2018); Международная конференция «Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия» (Москва, 2019); XVII Конгресс народов России по теме «Государственная национальная политика Российской Федерации: традиции, инновационные подходы и новые вызовы» (Нижний Новгород, 2019).

По теме диссертации издано 10 публикаций общим объемом 3,92 п.л., в число которых входят 4 статьи в научных изданиях, рекомендованных ВАК Российской Федерации в Перечне ведущих рецензируемых научных журналов и изданий. Объем личного вклада автора составляет 3,31 п.л.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы, списка источников и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, анализируется степень разработанности научной проблемы, определяются объект и предмет, цель и задачи, научная новизна исследования, характеризуются теоретическая и практическая значимость исследования, методология и методы исследования, определяются хронологические рамки исследования, формулируются положения, выносимые на защиту, предоставляются данные о степени достоверности и апробации результатов исследования, определяется структура работы.

В первой главе «**Роль СМИ в межкультурной коммуникации: концептуальные подходы и новые реалии**» представлен анализ трудов отечественных и зарубежных исследователей, предлагающих различные подходы к определению роли СМИ в межкультурной коммуникации.

В параграфе 1.1. «**Методологические основы и терминологический аппарат диссертационного исследования**» даются определения основным понятиям, используемым в работе, таким как «медиатекст», «дискурс СМИ», «этнокультурный дискурс», «этническая журналистика», «этнокультурные

СМИ», «роль СМИ», «межкультурная коммуникация», «межкультурный диалог», «этническая толерантность», «свой – другой – чужой».

В параграфе 1.2. **«Развитие интереса к этнической журналистике и этнокультурным СМИ в России и за рубежом»** изучаются предпосылки появления и дальнейшее устойчивое развитие интереса к этнической журналистике, этнокультурным СМИ и тематике межкультурного взаимодействия в России и за рубежом. В общественной жизни России существенное усиление этнической доминанты произошло в 90-е годы XX века. Это связано с периодом так называемого «национального ренессанса» – самоопределения этносов, когда единая советская идентичность была заменена различными, часто конкурирующими формами региональной, этнической и религиозной идентичности. За рубежом интерес к изучению этнической журналистики усилился после Второй мировой войны, когда процессы миграции и глобализации усложнили состав общества и способствовали усилению его культурного разнообразия. Мощные миграционные потоки многократно усилили фрагментацию общества, повлекшую за собой фрагментацию коммуникационного пространства, выразившуюся в росте числа этнокультурных СМИ. Аудитории этнокультурных СМИ становятся все более заметными для политиков в качестве электората и для предпринимателей в качестве перспективных потребителей товаров и услуг, в результате чего растет интерес к изучению этнокультурных СМИ.

В параграфе 1.3. **«Динамика теоретического осмысления подходов к изучению роли СМИ в межкультурной коммуникации»** рассматриваются подходы отечественных и зарубежных исследователей к пониманию роли СМИ в межкультурной коммуникации.

Исследования роли СМИ в межкультурной коммуникации тесно связаны с изучением влияния СМИ на толерантность общества (И.М. Дзялошинский, Р. Lazarsfeld). Признавая неэффективность лобовой пропаганды толерантности, исследователи отмечают большой потенциал

СМИ в оказании помощи институтам и организациям, постоянно работающим над гармонизацией межнациональных отношений в обществе.

Важное значение приобретают исследования, посвященные изучению роли журналиста в межкультурной коммуникации (В.А. Ачкасов, И.Н. Блохин, М.И. Дзялошинская, В.К. Малькова, О.Н. Савинова, В.А. Тишков, В.В. Тулупов, G. Vjørnsen). Отмечается, что непрофессионализм журналистов, недостаток знаний и умений в работе с этнической информацией, стереотипы и предубежденность часто приводят к тому, что журналисты становятся ключевыми акторами в конструировании межэтнических конфликтов. Мы солидарны с позицией исследователей, считающих, что необходимо предъявлять высокие требования к журналистам, освещающим этническую тематику.

Изучение роли СМИ в многонациональном обществе тесно связано с проблемой «своих» и «чужих», а также с проблемой существования «языка вражды» в СМИ. Исследователи Информационно-аналитического центра «СОВА» выделяют три вида «языка вражды». Для жесткого «языка вражды» характерны прямые призывы к насилию и дискриминации или завуалированное положительное отношение к ним. Средний «язык вражды» фиксируется при наличии утверждений о криминальности определенной этнической или культурной группы, рассуждений о негативном влиянии этой группы на общество, призывов не допустить закрепления той или иной группы в регионе. Для мягкого «языка вражды» характерны упоминание национальности в уничижительном контексте, цитирование дискриминирующих высказываний без соответствующего комментария, создание общего негативного образа этнической группы.

В исследованиях И.М. Дзялошинского, А.И. Грищенко, В.К. Мальковой, Г.С. Мельник, Б.Я. Мисонжникова, Э.Д. Понарина обсуждаются различные формы проявления «языка вражды», включающие в себя подбор тематики публикации, тональность материалов, использование дискриминирующей лексики и стилистики, подбор лексики в заголовке, специфическое комментирование, поляризованную репрезентативность (деление на «своих»

и «чужих»), использование этнофолизов – негативно коннотированных этнонимов, подбор фотографий и рисунков.

Постоянная борьба с «языком вражды» как на государственном уровне, так и в профессиональном сообществе снижает частотность его употребления. В настоящее время жесткий «язык вражды» с прямыми призывами к насилию достаточно редко встречается в СМИ, так как считается неэтичным и преследуется по закону, однако в то же время в медийном дискурсе распространены более тонкие, завуалированные дискриминирующие практики и стратегии конструирования инаковости.

Вопросам имплицитного дискриминирующего дискурса в СМИ в отношении «других» посвящены работы таких исследователей, как В.М. Маркина, И.В. Самарина, S. Brurås, L. Chouliaraki, S. Cottle, T.A. van Dijk, S. Hall, R. Zaborowski.

К скрытым дискриминирующим практикам в СМИ относят использование дегуманизирующих метафор. К примеру, освещая тему миграции, журналисты часто сравнивают ее с «наплывом», «волной», «вторжением», «нашествием». Апеллируя к цифрам, статистическим данным о постоянно возрастающем количестве приезжих, журналисты способствуют нагнетанию алармистских настроений в обществе. Ставя в центр медийного дискурса не судьбы людей, а анализ политических и экономических последствий, СМИ конструируют дегуманизированный образ миграции. Дегуманизации образа мигрантов также способствует подбор изображений, иллюстрирующих публикации. Отсутствие фотографий, изображающих конкретных людей с яркими узнаваемыми чертами лица, способных вызвать у аудитории эмпатию и сочувствие, вносят свой вклад в визуальную дегуманизацию определенных этнокультурных групп.

Можно выделить следующие стратегии отчуждающей репрезентации «других» в медийном дискурсе:

1. поляризация – противопоставление, дистанцирование, в крайнем проявлении создание образа врага;

2. дегуманизация – лишение субъектности посредством подбора лексики, использования дегуманизирующих метафор, сопровождения текста дегуманизированными изображениями, смещения фокуса с личности на экономику, политику, статистику;

3. деперсонафикация – отсутствие личных историй, имен, деталей биографии, описания характеров, лишение индивидуальности;

4. коллективизация – объединение в общие категории;

5. гомогенизация – распространение свойств, качеств отдельной личности на всю группу;

6. стереотипизация – систематическое представление в рамках одних и тех же фреймов;

7. драматизация – использование провокационных заголовков, эмоционально окрашенных фраз, оценочных суждений, метафор, гипербол, провокационных примеров, сарказма, визуальных образов, возбуждающих алармистские настроения аудитории;

8. патологизация – оценка «других» с точки зрения отклонения от общепринятых норм;

9. исключение – слабое присутствие или отсутствие голоса «других» в дискурсе; пассивная, односторонняя репрезентация;

10. неоправданная видимость – нерелевантное акцентирование этничности, например, в криминальной хронике; повторяющееся акцентирование внимания на девиантных и криминальных характеристиках группы;

11. селективность – в выборе источников, тем, в отборе фактов, изображений;

12. деконтекстуализация – отсутствие поясняющего контекста, ведущее к разорванности представлений аудитории о «других».

Коммуникативными стратегиями, преодолевающими отчуждение «других», являются гуманизация, признание гетерогенности, персонификация, включение голоса «других» в дискурс, добавление контекста

– сбалансированной репрезентации событий с учетом социальных, политических, исторических причин.

В параграфе 1.4. **«Этнокультурные СМИ: специфика осуществления межкультурной коммуникации в многонациональном обществе»** выявляется специфика реализации межкультурной коммуникации этнокультурными СМИ, обсуждается амбивалентность их функционирования в мультикультурном обществе, рассматриваются различные проявления интеграционной роли этнокультурных СМИ. Изучение этнокультурных СМИ позволяет лучше понять многообразие этнокультурного пространства, выявить основные болевые точки межэтнических отношений в обществе и выработать оптимальную стратегию поведения в этих условиях.

Этнокультурные СМИ способствуют интеграции общества через:

- предоставление членам этнокультурного сообщества ориентирующей информации, помогающей им быстрее освоиться в принимающем обществе;
- демонстрацию положительного примера интеграции через истории успеха отдельных представителей сообщества;
- выполнение функции «проводника» между принимающим обществом и этнокультурным сообществом;
- ознакомление аудитории с повесткой дня, политической жизнью принимающего общества на понятном языке, что способствует появлению общих тем для общения представителей разных культур.

В **заключении первой главы** на основании изученных подходов различных исследователей формулируется общая концепция роли СМИ в межкультурной коммуникации:

1. Информационная роль СМИ – предоставление объективной этнической информации с осознанием того, что для большей части общества СМИ являются единственным ее источником;
2. Культуроформирующая роль СМИ – формирование в обществе культуры толерантности путем недопущения «языка вражды» и других дискриминирующих практик в СМИ;

3. Просветительская роль СМИ – предоставление культурно-просветительской информации о разных народах, культурных, национальных, этнических группах и меньшинствах;

4. Организаторская роль СМИ – организация межкультурного диалога;

5. Посредническая роль СМИ – выполнение роли посредника между представителями власти и этнокультурными сообществами;

6. Защитная роль СМИ – привлечение внимания общественности и осуждение проявлений дискриминации, экстремизма; активное участие в разрешении межэтнических конфликтов;

7. Инклюзивная роль СМИ – включение всех этнокультурных групп в медийный дискурс;

8. Гуманизирующая роль СМИ – недопущение обезличенного, дегуманизованного представления отдельных этнических, культурных, религиозных групп в СМИ;

9. Исследовательская роль СМИ – постоянное изучение журналистами этнокультурной ситуации в стране и мире;

10. Вспомогательная роль СМИ – помощь институтам и организациям, работающим над гармонизацией межнациональных отношений в обществе;

11. Интеграционная роль СМИ – ведение непрерывной работы по интеграции, консолидации общества.

Во второй главе «Русскоязычные СМИ в современной Германии» приводится описание современного русскоязычного медиаландшафта Германии.

В параграфе 2.1. «Особенности этнокультурной ситуации в современной Германии» для понимания контекста, в котором существует этнокультурный дискурс, мы обращаемся к анализу основных миграционных потоков современной мультикультурной Германии. Германия долгое время не признавала себя страной иммиграции и не занималась вопросами интеграции мигрантов. Тем не менее активные процессы иммиграции, начавшиеся в 1950-е годы прошлого века, а также разразившийся в последние годы миграционный кризис привели Германию

к этнокультурному многообразию общества, в котором каждый четвертый житель страны имеет миграционное прошлое.

Одной из наиболее многочисленных групп населения с миграционным прошлым в Германии являются русскоговорящие. В параграфе 2.2. **«Русскоговорящие в этнокультурном пространстве современной Германии»** дается описание русскоговорящего сообщества Германии как многонациональной гетерогенной группы, не связанной тесными контактами. Разумеется, русскоговорящих Германии объединяет русский язык, приобщенность к советской и постсоветской культуре, наличие общих для иммигрантов трудностей и проблем, требующих решения, однако они различаются по времени и основаниям для переезда, обладают разными юридическим и социальным статусами, менталитетом, языковой компетенцией, стратегиями поведения в принимающем обществе. Неактивность, труднодостижимость русскоязычных Германии для политических партий, их пассивность, инертность затрудняют изучение мнений и представлений этой части населения страны. Современная этнокультурная пресса является довольно информативным источником для исследования этнических сообществ и диаспор. Разнородный состав русскоговорящего населения Германии находит свое отражение в разнообразии представленных печатных русскоязычных СМИ.

В параграфе 2.3. **«Типологические характеристики современной русскоязычной прессы Германии»** рассматриваются русскоязычные печатные СМИ современной Германии, приводятся их основные типологические характеристики, выделяются главные темы, освещаемые изданиями.

В настоящее время на территории Германии выходит около пятидесяти различных печатных изданий на русском языке, дифференцированных по целям и задачам, географии распространения, жанровой и тематической направленности, целевым аудиториям. Выходят универсальные («Московский Комсомолец-Германия») и специализированные (этнически ориентированные («Новые Земляки», «Еврейская панорама»), женские («Светлана в Германии»),

профессиональные («Русский вояж») издания, качественные информационно-аналитические («Русская Германия») и массовые («Вести») издания. Существуют издания, которые распространяются по всей Германии («Партнер»), в одном или нескольких регионах («У нас в Баварии»), а также в одном городе («Русский Штутгарт») платно и бесплатно, в розницу и по подписке. Издания также ориентированы на аудиторию с различными покупательскими способностями: выходят журналы категории «люкс», рекламирующие предметы роскоши: Life in Bayern, Life in Berlin, Life in Rhein-Main издательского дома «МК-Германия», журнал «Блеск» издательского дома «ЛТЦ Медиа Ферлаг». На 2019 год русскоязычная пресса Германии представлена по большей части ежемесячными изданиями. Еженедельными изданиями являются газеты «Русская Германия» и «Московский Комсомолец-Германия». Часть рекламно-информационных изданий выходит раз в два месяца или ежеквартально.

Русскоязычный сегмент СМИ Германии характеризуется достаточной подвижностью. Трудности, характерные для всего рынка печатной прессы, характерны и для русскоязычной прессы: уходят с рынка крупные издательства, регулярно появляются и исчезают региональные и локальные издания. Тем не менее можно выделить основные издательства, прочно закрепившиеся на рынке, среди которых «РусМедиа», «МК-Германия», «Партнер».

Третья глава «Этнокультурный дискурс в русскоязычных СМИ Германии: контент-аналитическое исследование» посвящена практическому изучению характеристик этнокультурного дискурса на страницах четырех русскоязычных изданий Германии: газеты «Русская Германия», газеты «Московский Комсомолец-Соотечественник», журнала «Партнер», газеты «Новые земляки».

В ходе анализа мы рассмотрели тематическое разнообразие материалов русскоязычных изданий Германии на этнокультурную тему, дополнив анализ исследованием дискурсивных механизмов репрезентации «своего» и «чужого», а также коммуникативных стратегий репрезентации этнокультурных групп в медийном дискурсе. Мы обращали внимание на

характер представленности и степень участия этнокультурных групп в медийном дискурсе, а также на использование «языка вражды», стратегий отчуждения «других», имплицитных дискриминирующих практик в СМИ.

В результате проведенного анализа мы выяснили, что материалы на этнокультурную тему занимают значительное место на страницах проанализированных русскоязычных изданий: 19% в газете «Русская Германия», 54,6% в газете «Московский Комсомолец-Соотечественник», 35,5% в журнале «Партнер», 33,9% в газете «Новые земляки». При этом мы выявили многообразие существующих подходов к освещению этнокультурного дискурса и зафиксировали различия в выстраивании векторов межкультурной коммуникации, формировании «круга своего».

Например, газета «Русская Германия» стремится соответствовать немецким традициям журналистики, позиционирует себя не как иммигрантское СМИ, а как немецкое издание на русском языке, освещающее темы, важные для всего общества Германии. К «кругу своего» в издании относится весь немецкий народ, и проживающие в Германии русскоговорящие представлены как неотъемлемая его часть, в результате чего жизнь русскоязычного сообщества в этой газете освещается слабо (2,9% от всех публикаций на этнокультурную тему).

Газета «Московский Комсомолец-Соотечественник», напротив, стремится максимально подробно осветить культурную, общественную, политическую жизнь русскоговорящих в Германии (30,9%). К «кругу своего» относятся все соотечественники – многонациональная русскоговорящая этнокультурная группа, проживающая в Германии, российские граждане и граждане других постсоветских стран, а также те, кто причисляет себя к «русскому миру». В фокусе внимания издания также находятся вопросы дискриминации русскоговорящих по этнокультурному признаку: подробно разбираются случаи ущемления прав русскоговорящих в Германии, тем самым актуализируются посредническая и защитная роли СМИ в межкультурной коммуникации. Кроме этого, издание явно ориентировано на поддержание продуктивных немецко-российских отношений.

Взаимодействие России и Германии представлено концептами «дружбы», «взаимопонимания», «сотрудничества», «диалога».

Газета «Новые земляки» сконцентрирована на освещении жизни, культуры, истории российских немцев (35%). Редакция уделяет большое внимание сохранению памяти о событиях депортации российских немцев в советское время и дает возможность читателям поделиться своей трагической историей на страницах издания.

В журнале «Партнер» с точки зрения повестки дня центральными являются темы миграционного кризиса и межэтнических отношений. К «кругу своего» относится многонациональное русскоговорящее сообщество Германии: российские немцы, евреи, украинцы, армяне и другие, а также коренные немцы Германии (10,5%).

Русскоязычные издания Германии отличаются по объему материалов, посвященных теме миграционного кризиса, от слабого присутствия в дискурсе («Московский Комсомолец-Соотечественник» (3%), «Новые земляки» (7%)) до постоянного присутствия на страницах издания («Русская Германия» (19,9%), «Партнер» (14,4%)). Тем не менее во всех проанализированных изданиях мигранты и беженцы из стран Африки и Ближнего Востока относятся к «кругу чужих». Контент-аналитическое исследование показало, что в проанализированных русскоязычных СМИ Германии отсутствует жесткий «язык вражды» с открытыми призывами к насилию и дискриминации. Вместе с тем в журнале «Партнер» в части публикаций о мусульманах нами выявлен средний «язык вражды», так как в них прослеживаются обвинения в негативном влиянии мусульман на немецкое общество, рассуждения об опасности их закрепления в Германии, и во всех проанализированных СМИ обнаружены имплицитные дискриминирующие практики в отношении «чужих». Например, мигранты и беженцы из стран Африки и Ближнего Востока практически никогда не выступают от своего собственного лица в СМИ. Среди ведущих стратегий конструирования инаковости в этнокультурном дискурсе русскоязычных СМИ Германии можно выделить

стратегии дегуманизации, коллективизации, обезличивания, деперсонализации, исключения, которые проявляются как в лексическом, так и в графическом оформлении дискурса.

Стратегия дегуманизации проявляется в сравнении мигрантов и беженцев с угрожающими потоками воды, например, *беженское цунами; в страну хлынули потоки беженцев; лавина прибывающих в страну мигрантов*; а также с нашествием, вторжением, например, *нашествие африканцев; нелегальные пришельцы; нелегалы итурмуют поезда; проникновение беженцев в Европу*. Стратегия дегуманизации также проявляется при сравнении людей с неодушевленными предметами, например, *компетентные органы не справляются с наплывом людей и бумаг; во время карнавала Кельн и окрестности итормило не от мигрантов, а от ветра; сможет ли немецкая столица «переварить» такое количество претендентов на политическое убежище*.

Стратегии коллективизации, обезличивания проявляются в смешении беженцев и мигрантов в одну большую группу, например, *орды беженцев; прибытие миллионной массы беженцев; толпы беженцев бродят по городу*.

Публикации на тему миграционного кризиса в основном иллюстрируются деперсонализированными изображениями групп людей без видимых черт лица, что способствует формированию отношения к мигрантам как к обезличенной массе.

Кроме этого, в СМИ практически не встречаются личные истории мигрантов и беженцев. Вместо этого журналисты акцентируют внимание аудитории на постоянном увеличении числа приезжих, а также на экономических и политических эффектах миграции. Таким образом, максимально персонализированный дискурс о «своем» контрастирует с обезличенным представлением «чужого».

Медийная стратегия исключения, когда «другие» остаются безмолвными, и стратегия коллективизации, когда они представлены как однородная масса, вместе с введением в медийный дискурс оппозиции «мы – они», использованием метафор наводнения и вторжения и подбором

деперсонифицированных изображений создают маргинализированный и дегуманизированный образ миграции. Наличие дискриминирующих медийных практик в отношении «других» вносит свой вклад в формирование интолерантных отношений в обществе.

В то же время стоит отметить высокий культурно-просветительский потенциал русскоязычной прессы Германии. Во всех проанализированных изданиях в большом количестве представлены материалы, расширяющие этнокультурный кругозор читателей, дается информация общего интереса о разных странах и народах, культурных традициях, обычаях, праздниках, печатаются исторические материалы, страноведческая информация (25,9% в газете «Русская Германия», 23,9% в газете «Московский Комсомолец-Соотечественник», 45% в журнале «Партнер», 39% в газете «Новые земляки» от общего количества публикаций на этнокультурную тему).

Кроме этого, во всех проанализированных изданиях большое внимание уделяется размещению справочной и юридической информации, а также полезной информации об образе жизни и правилах поведения, принятых в Германии. Эти материалы призваны способствовать скорейшей интеграции русскоговорящих в принимающее общество.

Таким образом, результаты исследования тематических и коммуникативных характеристик русскоязычных СМИ Германии выявили реализацию целого ряда ролей СМИ в построении межкультурной коммуникации между своей аудиторией и принимающим сообществом, среди которых особенно заметны интеграционная, информирующая, посредническая, просветительская и защитная роли прессы.

В **заключении** обобщаются основные выводы, полученные в результате проведенного исследования, даются рекомендации и намечаются перспективы для дальнейших исследований. Выявленные в работе характеристики этнокультурного дискурса русскоязычных СМИ Германии, несомненно, должны изучаться дальше. Постоянное усложнение этнокультурного состава общества и дальнейшая активизация миграционных процессов побуждают пристальнее

следить за развитием коммуникативных стратегий в межкультурной коммуникации, отображением межнациональных, межкультурных отношений в медийном дискурсе современных полиэтнических обществ. Проанализировав научные представления о роли СМИ в межкультурной коммуникации и современные журналистские практики, автор приходит к выводу о необходимости развития диалоговой модели этнокультурного дискурса, усиления внимания к вопросам подготовки журналистских кадров, освещающих межэтническую тематику в СМИ.

Перспективы исследований в рамках данного направления могут быть в дальнейшем изучении коммуникативных стратегий в межкультурной коммуникации и анализе функционирования этнокультурных СМИ в разных странах мира.

В Приложении представлены программа контент-анализа публикаций, диаграммы, иллюстрирующие тематическое разнообразие материалов на этнокультурную тему, а также результаты контент-анализа публикаций каждого из четырех проанализированных изданий.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

*Статьи, опубликованные в рецензируемых изданиях, рекомендованных
Высшей аттестационной комиссией
Министерства науки и высшего образования РФ*

1. Иванова Е.О. Особенности освещения темы межкультурного диалога в русскоязычной прессе Германии / Е.О. Иванова // Вестник Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. – 2017. – № 6. – С. 178–180. (0,26 п.л.) – ISSN 1993-1778

2. Иванова Е.О. Межкультурный дискурс в этнически ориентированных русскоязычных СМИ Германии / Е.О. Иванова // МедиаАльманах. – 2019. – № 1. – С. 182–193. (0,83 п.л.) – ISSN 1992-4631

3. Иванова Е.О. Особенности взаимодействия с читательской аудиторией в печатных русскоязычных СМИ Германии / Е.О. Иванова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2019. – № 2 (32). – С. 193–202. (0,95 п.л.) – ISSN 2070-0695

4. Иванова Е.О. Коммуникативные стратегии прессы в современном межкультурном дискурсе: теоретические подходы / Е.О. Иванова, О.Н. Савинова // Гуманитарный вектор. – 2019. – Т. 14. – № 5. – С. 87–97. (1,14 п.л.; в соавт., личный вклад – 0,6 п.л.) – ISSN: 1996-7853

Статьи в сборниках научных трудов и материалах научных конференций

5. Иванова Е.О. К вопросу о роли СМИ в межкультурной коммуникации: норвежский опыт / Е.О. Иванова, О.Н. Савинова // Актуальные проблемы медиаисследований-2016. Материалы международной научно-практической конференции НАММИ. – М.: ф-т журн. МГУ, 2016. – С. 142–144. (0,17 п.л.; в соавт., личный вклад – 0,10 п.л.).

6. Иванова Е.О. Дихотомия «мы – они» в публикациях русскоязычных СМИ Германии / Е.О. Иванова // III Международная молодежная научно-практическая конференция «Гармонизация межнациональных отношений в условиях глобального общества», 22-я Нижегородская сессия молодых ученых (гуманитарные науки): материалы докладов. – Нижний Новгород: НРЛ, 2017. – С. 100–103. (0,22 п.л.).

7. Иванова Е.О. К вопросу о межнациональном диалоге в русскоязычной прессе Германии / Е.О. Иванова // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. Сборник материалов международной конференции. – М.: Медиамир; ф-т журн. МГУ им. М.В. Ломоносова, 2018. – С. 350–351. (0,06 п.л.).

8. Иванова Е.О. Миграционный кризис в зеркале русскоязычных СМИ Германии (на примере региональной газеты «Диалог») / Е.О. Иванова // Журналистика как важный фактор международного сотрудничества: векторы развития. Сборник материалов международной научно-практической

конференции кафедры журналистики 13 марта 2018 г. – Н. Новгород, ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2018. – С. 124–128. (0,17 п.л.).

9. Иванова Е.О. Тема миграции в русскоязычных СМИ Германии / Е.О. Иванова // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы. Материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов 25-26 октября 2018 г. – Воронеж: ф-т журн. ВГУ, 2018. – С. 22–23. (0,06 п.л.).

10. Иванова Е.О. К вопросу об этнокультурном дискурсе в русскоязычных СМИ Германии / Е.О. Иванова // Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия. Сборник материалов международной конференции. – М.: Медиамир: ф-т журн. МГУ им. М.В. Ломоносова. – 2019. – С. 587. (0,06 п.л.).