

УДК 394(908)(316.774)(316.772.4)
DOI 10.17223/19988613/40/17

О.Ю. Рожнова

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНТАКТНОЙ СРЕДЫ ЭТНИЧНОСТИ И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ДИАСПОРЫ В КОНТЕКСТЕ ПРАКТИКИ СОХРАНЕНИЯ ЭТНИЧНОСТИ

Рассматриваются основные компоненты контактной среды этничности и средств массовой информации в современном информационно-коммуникативном пространстве диаспоры, характеристика которых представлена в контексте практики сохранения этничности в Полонии Западной Сибири. Проанализированы пять основных параметров: организация и функционирование этнических каналов в средствах массовой информации, аудитория средств массовой информации, получающая этническую информацию, этническая информация, гражданские позиции журналистов, освещающих этническую тематику, правовые основы и нормы этнической журналистики.

Ключевые слова: этничность; средства массовой информации; информационно-коммуникативное пространство; диаспора; Полония.

Интерес к заявленной теме продиктован той существенной ролью, которую играют средства массовой информации в жизни современного общества, в том числе общества полиэтнического. В этом случае появляется необходимость изучения основных точек соприкосновения этничности и средств массовой коммуникации, которые все чаще пересекаются в современном информационно-коммуникативном пространстве, образуют с каждым разом новые пути взаимопроникновения в природу и сущность друг друга и, таким образом, поддерживают контакт. В контактной среде этничности и средств массовой информации особого внимания требуют несколько важных структурных элементов данного альянса: организация и функционирование этнических каналов в средствах массовой информации, аудитория средств массовой информации, получающая этническую информацию, этническая информация, гражданские позиции журналистов, освещающих этническую тематику, правовые основы и нормы этнической журналистики. Представленные позиции, названные узлами, или точками соприкосновения, этничности и средств массовой информации, выделены на основании исследовательского опыта группы ученых, занимающихся проблемами отражения этничности в средствах массовой информации, имеющих обширный эмпирический материал и богатый опыт в представлении феномена этничности в информационно-коммуникативном пространстве с использованием различных видов коммуникаций. Посредством рассмотрения и анализа данных параметров автор делает попытку определить характер и формат отражения этничности в средствах массовой информации.

Вопрос о природе и сущности этничности по-прежнему остается одним из самых сложных и запутанных в науках. Существует несколько подходов к его определению. Мы остановимся на трактовании научного определения этничности, исходя из известных науке позиций, но только в ознакомительном режиме ввиду ключевого статуса данного понятия в статье. Подобный подход определен и для работы с категориями

«средства массовой информации» и «информационно-коммуникативное пространство», которые также имеют ключевое положение. Определение указанных категорий необходимо для характеристики основных параметров контактной среды этничности и средств массовой информации, образующих многофункциональный тандем, в настоящее время широко и разносторонне представленный в информационно-коммуникативном пространстве современности.

Обозначенные выше позиции нашли свое отражение в сборнике статей под названием «Прикладная конфликтология для журналистов», посвященном проблеме освещения в прессе сложных конфликтных взаимодействий [1. С. 50]. Однако прежде чем перейти к характеристике этих позиций, заявленных в качестве структурных элементов контактной среды этничности и средств массовой информации, обратимся к ключевым понятиям, на которых зиждется данная работа.

В начале XXI столетия среди ученых по-прежнему наблюдается единогласия в подходе к исследованию и определению феномена этничности. Тем не менее все имеющиеся концепции и теории можно объединить в два методологически противоположных подхода к проблеме этнической субстанции: «онтологический» (примордиалистский или эссенциалистский) и «функциональный» (конструктивистский, инструменталистский) [2].

Онтологический подход предполагает наличие этнической субстанции, имеющей примордиальную, т.е. изначальную природу, либо социобиологическую, либо эволюционно-историческую. Сторонники социобиологического направления истолковывают этничность как объективную данность, изначальную характеристику человечества и полагают, что осознание групповой принадлежности заложено в генетическом коде и является продуктом ранней человеческой эволюции [3. С. 29]. Этничность в данном случае рассматривается как консервативная сила, сохраняющая модели поведения и ментальность предыдущих поколений.

Для функционального подхода, объединившего инструментализм и конструктивизм (гедонистические,

ситуационистские, мобилизационистские концепции), характерно отрицание этнической субстанции либо ее игнорирование [2].

В основе инструменталистского понимания этничности лежит социально-психологическая теория личности, общения, компенсаторных потребностей. «Этничность, как бы пребывая в латентном (“спящем”) состоянии, вызывается к жизни и используется в целях социальной мобильности, преодоления конкуренции, доминирования и социально контроля, взаимных услуг и солидарного поведения, для политической мобилизации и для достижения гедонистических устремлений» [4. С. 104]. Этничность рассматривается инструменталистами как средство удовлетворения потребностей отдельных индивидов, группы, а также в качестве средства осуществления их целей и интересов. В таком случае этничность выступает явлением, имеющим «ситуативный» характер и зависящим от политических и социально-экономических условий существования этноса.

Труды В.А. Тишкова положили начало внедрению конструктивистской методологии в исследовании феномена этничности. По мнению конструктивистов, этничность – это новая социальная конструкция, не имеющая культурных корней. Согласно данной концепции, конструирующей силой могут выступать политические элиты, интеллектуалы-идеологи, государство. С помощью разных средств (нас в первую очередь интересуют средства массовой информации) этничность транслируется на представителей этноса. В общем, конструктивисты определяют этничность как средство достижения коллективных целей, прежде всего обеспечения социального комфорта в рамках однородных культурных сообществ, понимаемого чаще как достижение экономических и политических выгод [2].

Исходя из этого, этничность – величина динамичная и содержательно обновляемая. Таким образом, основываясь на конструктивистской концепции, этничность – вымышленный конструкт, «навязанная» социальность, так как коренится в символах, ценностях, мифах, создаваемых обществом и постоянно меняющихся. Выбор в качестве основы для научного исследования именно конструктивистской концепции в определении этничности и обращение в связи с этим к символам, ценностям и мифам делают необходимым обратиться к труду Г.Г. Почепцова «Теория коммуникации».

Рассматривая наиболее известные подходы к мифу, Г.Г. Почепцов обращается к трудам английского ученого польского происхождения Бронислава Малиновского, изучавшего мифологическую коммуникацию в обществах примитивного типа. Общество, как прошлого, так и настоящего, нуждается в определенных объединяющих его механизмах. Сегодня в этих целях активно используется информационная составляющая в виде средств массовой информации [5. С. 107].

Средства массовой информации – динамично развивающееся и сложное явление. Они являются предме-

том изучения во многих областях знания. В научной работе, частью которой выступает в качестве апробации исследования данная статья, средства массовой информации, и прежде всего их функциональное предназначение, рассматриваются в контексте конструирования этничности в современном информационно-коммуникативном пространстве, которое формируется вокруг диаспоры. Однако в первую очередь необходимо определить характер взаимодействия этничности и средств массовой информации, что возможно через анализ и характеристику параметров, составляющих структуру контакта основных категорий, представленных к рассмотрению.

Ключевое для нас понятие не имеет однозначного толкования в литературе.

Обращаем внимание, что в части исследований понятие «средства массовой информации» тождественно средствам массовой коммуникации, поскольку они как коммуникативные системы участвуют в общении между людьми в процессе их социальной деятельности на основе технологий печати, телевидения, радиовещания, Интернета [6. С. 36]. Отметим, что автор данной работы солидарен в этом вопросе и в собственном научном исследовании понятия «средства массовой информации» и «средства массовой коммуникации» использует в равнозначных позициях.

Однако, подчеркивая сложность и многогранность категории «средства массовой информации», нельзя не упомянуть о том, что в некоторых работах близость понятий «средства массовой коммуникации» и «средства массовой информации» не является основанием рассмотрения их в качестве синонимов. Массовая коммуникация представляет собой процесс систематического распространения информации на массовую гетерогенную аудиторию с помощью средств массовой информации с целью воздействия на оценки, мнение и поведение людей. При этом средства массовой информации рассматриваются как совокупность технических средств, общественных организаций и человеческих ресурсов, которые задействованы в массовом распространении информации [7. С. 109]. Однако, несмотря на различные подходы к толкованию понятия, средства массовой информации – это базовая структурная составляющая информационно-коммуникативного пространства.

В ходе поиска определения понятия «информационно-коммуникативное пространство», одного из ключевых понятий данной работы, стало очевидным, что оно, как и предыдущие, не отличается единством трактования, а, кроме того, имеет большое количество синонимов. Из многообразия синонимичных понятий наиболее часто встречается «медиапространство». Обзор и анализ подходов к определению данного понятия дали автору основания согласиться с исследователями, видящими в понятиях «информационно-коммуникативное пространство» и «медиапространство» синонимичный характер, и, исходя из этого, об-

ратиться к анализу медиапространства в сопоставлении с другими видами «пространств».

Исходя из концепции научной работы, наибольший интерес для нас представляют подходы Н.А. Хлопаевой и Н.Ф. Пономарева, которые рассматривают медиапространство как часть информационного пространства. Н.А. Хлопаева считает медиапространство частью информационного пространства на основе того, что сборщиками, обработчиками, производителями, распространителями, интерпретаторами информации в медиапространстве являются печатные и электронные средства массовой информации, служащие источником социальной информации – центральной категории информационного пространства [8]. По мнению Н.Ф. Пономарева, под информационным пространством можно понимать множество всех сообщений, которые транслируют социальные субъекты, используя технологии и средства массовой коммуникации (размещение рекламы, прокат кинофильмов, театральные постановки, публикации в средствах массовой информации), где последние – множество сообщений СМИ – составляют медиапространство как область всего информационного пространства [9].

Несмотря на разнообразие трактовок рассмотренного выше понятия, интегральное осмысление позволяет совершенно точно выделить ядро информационно-коммуникативного пространства – средства массовой информации – и обозначить его как социально конструируемое понимание мира, что с точки зрения конструктивистского подхода к определению этничности допускает его в контактную среду с последней и дает основания для рассмотрения и анализа тройственного союза «этничность – средства массовой информации – информационно-коммуникативное пространство». Придя к научному и логическому обоснованию права существования представленного выше союза, обратимся к основным параметрам, которые его очерчивают и составляют собственно структуру и содержание, предоставляя возможность осуществления программы жизнедеятельности.

Вхождение этничности в средства массовой информации, причем в разных контекстах, положило начало новой части системы средств массовых коммуникаций – «этническим СМИ». В.К. Малькова, один из ведущих специалистов в области этнически ориентированных средств массовой информации, относит к ним газеты, журналы, теле- и радиоканалы, чьи материалы предназначены специально для одной или нескольких родственных этнических групп, для единоверцев, а иногда и для земляков – выходцев из разных регионов страны [10. С. 139]. По ее словам, этническими СМИ можно назвать любые виды средств массовой информации в случае, если их деятельность связана с этнической группой, с поддержанием и формированием этнического самосознания, распространением этнических ценностей и традиций.

Н. Кондакова вводит ограничение в обозначении СМИ этническими. Она относит к средствам массовой

коммуникации этнического характера только нерусскоязычные виды [11].

Этнические СМИ – важный инструментальный пространство этнических идей, ценностей, традиций, в чем выражается их способность к формированию и сохранению этничности.

В контексте нашей работы этнические СМИ – средства массовой информации диаспоры, этнической группы, представленные на различных национальных языках, не исключая русский язык. К ним мы относим и издания религиозного характера, если их аудитория совпадает с этнической группой.

По мнению В.К. Мальковой, в контактной среде этничности и средств массовой информации можно выделить несколько компонентов, составляющих основу их взаимодействия: организация и функционирование этнических каналов, аудитория средств массовой информации, получающая этническую информацию, гражданские позиции журналистов, освещающих этническую тематику, правовые основы и нормы этнической журналистики, этническая информация.

Говоря об организации и функционировании этнических каналов средств массовой информации, следует отметить необходимость разного подхода к каждому каналу, который целенаправленно освещает проблемы этничности. Кроме разнообразия подходов следует говорить и о разного рода средствах массовой информации, освещающих этничность. В рамках исследовательской работы научный интерес для нас представляют каналы средств массовой информации польской диаспоры Западной Сибири, которые в большинстве своем появились и заявили о себе в широком масштабе в последние 15–20 лет в связи с образованием полонийных организаций в крупнейших городах Западной Сибири (Новосибирск, Омск, Томск, Абакан, Барнаул, Бийск).

В ходе исследования в коммуникативной среде польской диаспоры Западной Сибири нами было выделено и проанализировано четыре основных этнических канала, составляющих единое информационно-коммуникативное пространство Полонии. Участниками коммуникационных каналов являются собственно сама полонийная организация, выступающая организационной единицей диаспоры, страна исхода и принимающая сторона. Исходя из состава участников и информационно-функционального содержания, можно выделить следующие коммуникационные каналы: «полонийная организация – полонийная организация», «полонийная организация – страна исхода», «полонийная организация – принимающая сторона», «страна исхода – принимающая сторона». Очевидно, что в трех каналах из четырех в числе участников – полонийная организация, что позволяет сделать вывод о ведущей роли данного института в процессе коммуникации в среде диаспоры. Предлагаем рассмотреть каждый из представленных коммуникационных каналов в отдельности. Особое внимание в этом рассмотрении уделим

присутствию этничности в установленных коммуникационных связях и ее состоянию.

Канал «полонийная организация – полонийная организация» представляет собой структурный элемент коммуникационного процесса, являющийся средством передачи информации и основным способом коммуникации внутри полонийной среды. Посредством его осуществляется общение между польскими национальными центрами, поддерживается связь, выстраивается план совместной деятельности и по результатам представляется отчет. С помощью подобного способа организации и поддержания диалога между полонийными объединениями возможно, во-первых, аккумулярование этнических ценностей и традиций в пределах одного коммуникационного поля, во-вторых, их постоянная и систематизированная трансляция в принятом формате, который могут определять сами представители полонийных организаций, делая его легкодоступным и удобным в обращении, и, в-третьих, постоянство нахождения в состоянии информированности о деятельности друг друга формирует основы конкурентной среды в Полонии и способствует увеличению темпов активности деятельности полонийной организации. Кроме того, данный этнический канал – это своеобразная накопительная база этнических практик, обращение к которым возможно в любое время.

«Полонийная организация – страна исхода» – коммуникационный канал контакта объединенных в полонийную организацию этнических поляков и лиц польского происхождения с исторической родиной. Поддержание связей со страной исхода чрезвычайно важно в случае обращения к возможностям сохранения этничности. Данный канал – это возможность постоянного сопричастия с исторической родиной, ее историей и культурой, ощущение принадлежности к польскому народу. Для Республики Польша существование и функционирование канала необходимо с целью реализации отдельных статей Конституции Республики Польша, дополнительных законов и программ в отношении соотечественников, проживающих за пределами польского государства.

Защита прав соотечественников закреплена в Польше на конституционном уровне. Статья 6 Конституции Республики Польша от 2 апреля 1997 г. гласит: «1. Республика Польша создает условия для распространения благ культуры, являющейся источником самобытности польской нации, ее существования и развития, и для равного доступа к этим благам. 2. Республика Польша оказывает помощь полякам, проживающим за границей, в сохранении их связей с национальным культурным наследием». В соответствии с пунктом 5 статьи 52 «лицо, чье польское происхождение подтверждено согласно закону, может навсегда поселиться на территории Республики Польша» [12].

Для законодательного усиления статей Конституции, имеющих отношение к диаспоре, в Польше были

приняты дополнительные законы, непосредственно затрагивающие права и интересы соотечественников. Не будем останавливаться на их рассмотрении подробно, обойдемся представлением их юридического наименования и временем вступления в законную силу. С 1 января 2000 г. в силу вступил Закон о репатриации, установивший нормы для получения польского гражданства путем репатриации, определил права репатрианта, а также основы и процедуру предоставления помощи репатриантам и их семьям. 7 сентября 2007 г. польский парламент принял закон о Карте поляка – документе, подтверждающем принадлежность гражданина одной из стран СНГ, Грузии и Прибалтики к польскому народу. Реализуются различные государственные программы, направленные на оказание помощи полякам за рубежом и установления сотрудничества и взаимодействия с Полонией. Например, Программа по работе с Полонией, которая в первую очередь представляет для нас особый интерес. Она была утверждена в 2007 г. Ответственность за ее реализацию возложена на Министерство иностранных дел Польши [13]. Большое содействие в вопросах работы с Полонией оказывает польский парламент (Сейм и Сенат), в частности в направлении распределения финансовых средств, предназначенных для развития Польского мира. В реализации этого направления особое внимание привлекает одна из финансовых статей, по которой идет распределение, – поддержка польских и пропольских зарубежных средств массовой информации. На нее отводится около 10% финансовых средств, предназначенных Полонии [14].

Возвращаясь к коммуникационному каналу, организованному между полонийной организацией и страной исхода, отметим, что именно он имеет немаловажное значение в определении польской стороной положения диаспоры за рубежом и в связи с этим реализации законодотворческих инициатив в отношении соотечественников. Подобный механизм организации информации позволяет стране исхода координировать деятельность польских национально-культурных объединений, выявлять степень эффективности использования финансовых средств полонийными организациями и уже в последующем учитывать этот момент при распределении финансовой помощи своим соотечественникам, выбирать приоритеты в сотрудничестве с польскими обществами. Также коммуникационный канал «полонийная организация – страна исхода» делает максимально облегченным подведение итогов и составление годового отчета по направлению работы польского парламента и Министерства иностранных дел, связанной с укреплением и объединением польской диаспоры.

Рассмотрение и анализ коммуникационного канала «полонийная организация – принимающая сторона» показали, что он дает возможность принимающей стороне, под которой в данном случае подразумевается регион России, где располагается полонийная организация, своевременно выявить потребности диас-

порной группы и по возможности в предусмотренном порядке с учетом установленных законодательных норм, в рамках отведенных полномочий обеспечить их реализацию. С его помощью можно контролировать деятельность полонийных объединений, видеть состояние диаспоры изнутри и на основании этого выстраивать схему отношений с изменением характера сотрудничества. Так же, как и в случае с предыдущим каналом, коммуникации посредством контакта «полонийная организация – принимающая сторона» возможны подведение итогов работы с диаспорой и определение слабых и сильных сторон взаимодействия.

«Страна исхода – принимающая сторона», в данном случае коммуникационный канал между Польшей и Россией, позволяет создавать совместную программу работы с полонийными организациями, координировать направления их деятельности с обеих сторон и проводить двусторонний мониторинг программы жизнедеятельности объединений. Заинтересованность страны исхода и принимающей стороны в успешном функционировании польских национально-просветительских организаций, выражение которой возможно через организованный канал взаимодействия, способствует усилению работы, направленной на сохранение этничности, так как в этом случае центры могут оценить характер и масштаб организованных и проведенных в их отношении действий.

Информационные потоки, организованные в рамках данных этнических каналов, образуют единое по организации и функциональному предназначению информационно-коммуникативное пространство.

В настоящее время средства массовой информации, исходя из разных теоретических концепций, представлены как канал передачи информации и социальный субинститут. Этнические каналы средств массовой информации имеют двойственную природу. С одной стороны, они способствуют адаптации и интеграции членов диаспоры в принимающее общество, с другой стороны, потребление этнически сегментированной продукции медиaprостранства может приводить к возникновению информационных анклавов.

Диаспоральные социальные институты часто рассматриваются в качестве препятствия к интеграции в принимающее сообщество, однако при некоторых условиях происходит обратный процесс. По мнению немецкого социолога Георга Элверта, социальные институты, организованные диаспорой, необходимы для социальной адаптации представителей диаспоры. Перед ними он ставит следующие задачи: укрепление идентичности, транслирование знаний о повседневном опыте, предоставление возможности объединения внутри диаспоры в сообщества. К числу социальных институтов диаспоры могут быть отнесены этнические медиа, которые выполняют вышеуказанные задачи.

В.К. Малькова отмечает, что для серьезного научного подхода необходимы статистика, анализ динами-

ки появления и исчезновения этнических средств массовой информации. В настоящее время работа по систематизации «этнических СМИ» находится в самой начальной стадии, и ее нужно заметно активизировать [15. С. 98]. На примере средств массовой информации польской диаспоры Западной Сибири мы сделали попытку проанализировать структуру, организацию, функционирование этнических каналов, посредством чего можем определить состояние современного информационно-коммуникативного пространства диаспоры и потребность в нем аудиторией.

Аудиторию средств массовой информации, освещающих этническую тематику, которая также является компонентом контактной среды этничности и средств массовой коммуникации, в случае его рассмотрения на примере представленных выше коммуникационных каналов в полонийной среде можно условно разделить на три части. Разделение производилось по критерию состава участников коммуникационных каналов. Таким образом, к аудитории, интересующейся содержанием медиaprостранства Полонии Западной Сибири, можно отнести собственно представителей полонийных организаций, заинтересованных лиц от страны исхода и принимающей стороны. Каждую из этих трех укрупненных групп, по нашему мнению, следует подразделить еще на две части, в качестве критерия выбрав цель потребления этнической информации.

Аудиторию, объединяющую представителей полонийных организаций, следует разделить на членов административного аппарата полонийной организации и рядовых членов объединения. Для лиц, относящихся к аппарату управления общественных объединений, функционирующие этнические каналы необходимы для получения постоянной информации о состоянии полонийного мира, о проводящихся польской и российской сторонами мероприятиях в отношении полонийных организаций, а впоследствии, основываясь на полученных сведениях, приступить к выстраиванию собственной программы жизнедеятельности. Для рядовых членов объединений коммуникационные каналы необходимы в целях знакомства с опытом работы других полонийных организаций, приобщения к истории и культуре польского народа, приобретения через них ощущения единства полонийного мира, этнической принадлежности и сознания.

Укрупненную группу представителей страны исхода мы подразделили на тех, кто в силу своих профессиональных обязанностей ведет работу с Полонией, и граждан этой страны, интересующихся судьбой своих соотечественников, находящихся за рубежом, или осуществляющих поиск своих родственников, составляющих родословную, занимающихся научно-исследовательской деятельностью, которая связана с полонийным миром. Как правило, к первой подгруппе следует относить сотрудников законодательных и исполнительных органов власти, некоммерческих фондов и организаций (Парламент, Министерство иностран-

ных дел), которые выстраивают систему отношений и устанавливают новые механизмы взаимодействия с объектом своей работы и принимающей стороной, используя информацию, представленную через этнические каналы.

Аналогичный характер деления носит аудитория принимающей стороны: представители административного аппарата, причем как федерального, так и местного уровня, и лица, интересующиеся польским языком, культурой, историей и традициями. Для федерального и местного аппарата управления организованные коммуникационные каналы – возможность своевременного реагирования на любые изменения, происходящие в полонийной среде, и информационная помощь при принятии мер с учетом заявленных требований в отношении национальных общественных объединений.

Все группы и подгруппы аудитории, которые обращаются к диаспоральным средствам массовой информации, образуют между собой тесную взаимосвязь и в совокупности формируют целую сеть связей внутри Полонии, группу связей с обществом страны исхода и принимающей стороны, таким способом создавая пространство для сохранения языка, истории и культуры в целом.

Этническая информация – основной параметр контакта этничности и средств массовой информации в современном информационно-коммуникативном пространстве, имеющий широкий спектр характеристик и требующий отдельного внимания. В рамках данной работы на примере Полонии рассматриваются только основные направления этнической информации.

Так, в информационно-коммуникативном пространстве полонийной среды можно выделить ряд направлений, которые отражены в структуре и содержании социальных институтов польской диаспоры. В их числе: история, культура, образование, обычаи, традиции, праздники польского народа, судьбы поляков, сегодняшняя жизнь поляков и лиц польского происхождения в России и Польше, представленные через разного рода мероприятия. В различных видах средств массовой информации польской диаспоры представлены актуальные вопросы, связанные с организацией и функционированием в первую очередь полонийных организаций, что позволяет оценить роль средств массовой коммуникации в актуализации и решении этнокультурных процессов современности. Анализ информации, содержащейся в средствах массовой информации польской диаспоры Западной Сибири, позволяет назвать СМИ идеологическими информаторами, призванными обеспечить культурное развитие народа на основе сохранения национальных традиций, самобытности языков и культур. Это некий способ трансляции своих культурных достижений, своей этничности всему миру. В этих условиях складывается возможность культурной мобилизации и консолидации диаспоры.

Содержание информационно-коммуникативного пространства диаспоры предоставляет исследователям

четкие маркеры, позволяющие воссоздать актуальные массовые настроения принимающего сообщества в отношении диаспоры, внутри самой диаспоры, настроения и намерения исторической родины. Это своеобразная «зона саморазвития», место пересечения интересов и взглядов на различные ситуации принимающей стороны, представителей диаспоры и страны исхода, а также средство культурной мобилизации и консолидации диаспоры в условиях иной этнокультурной среды. В связи с занимаемой ролевой позицией этнических средств массовой информации и чрезвычайной ответственностью в подходе к формированию содержания этнической информации важная миссия возложена на журналистов, которые являются главными участниками организации и функционирования информационно-коммуникативного пространства диаспоры. В этом случае нельзя не учитывать гражданские позиции журналистов и их подход к подаче информации, содержание которой имеет очень острый, зачастую неопределенный характер, поддающийся разного рода трактованию.

Говоря об авторах, освещающих информацию о Полонии Западной Сибири, следует отметить, что в их числе большинство составляют лица, не имеющие специального образования в этой области: руководители полонийных организаций, рядовые члены польских национальных центров, организаторы мероприятий, в которых полонийные объединения принимают участие, выдающиеся деятели Полонии, страны исхода и принимающей стороны, исследователи, занимающиеся изучением различных тем, касающихся Полонии. Очевидна проблема дефицита профессиональных кадров. В этом случае актуален вопрос характера формирования сознания масс, профессионально-этических и правовых аспектов содержания диаспоральных средств массовой информации. Поставленная проблема требует дальнейшего изучения, но уже в рамках нормативно-правового поля этической журналистики.

Правовые основы и нормы этнической журналистики – последний параметр контактной среды этничности и средств массовой информации, который нами рассматривается в рамках данной работы. Обращаясь к понятию «этническая журналистика», которое носит двойственный характер, отметим, что подразумеваем под ним журналистику диаспор, представленную в средствах массовой информации. Ее цель заключается в консолидации этноса, включении его в систему межэтнических коммуникаций, сохранении и развитии национальной культуры.

Выбор в качестве примера средства массовой информации польской диаспоры Западной Сибири сделал необходимым рассмотрение и анализ Уставов полонийных организаций. Из раздела 3 «Права ПНЦ «Ожел бялы» (пункт 3.1) Устава бийской городской общественной организации – польский национальный центр «Ожел бялы»: «Для достижения уставных целей ПНЦ «Ожел Бялы» имеет право:

– свободно получать и распространять информацию о своей деятельности, в том числе на родном языке;

– учреждать средства массовой информации и вести издательскую деятельность в порядке, предусмотренном действующим законодательством» [16. С. 5]. Раздел 4 «Обеспечение права на сохранение, развитие и использование национального (родного) языка, традиций и культуры» (пункт 4.1) того же Устава: «ПНЦ «Ожел бялы» на основании Указа Президента № 909 и иных правовых актов освещает свою деятельность в государственных и частных средствах массовой информации» [Там же. С. 6]. Подобная формулировка положений, касающихся прав на формирование собственного информационно-коммуникативного пространства посредством средств массовой информации, наблюдается в Уставах других полонийских организаций Западной Сибири.

Порядок регулирования деятельности средств массовой информации определен нормативными правовыми актами Российской Федерации о средствах массовой информации. В первую очередь следует отметить

Конституцию РФ, Закон РФ «О средствах массовой информации», ФЗ «Об общественных объединениях». Правовое поле этнической журналистики – тема, заслуживающая отдельного внимания, однако в рамках данной работы нет необходимости в проведении его подробного анализа.

Этнические медиа являются важной формой организации процесса коммуникации в регионе, что объясняет необходимость их системного анализа. В рамках данной работы на примере информационно-коммуникативного пространства Полонии Западной Сибири были в необходимой степени охарактеризованы основные параметры контактной среды этничности и средств массовой информации. Результатом исследования стало адаптирование пяти основных точек соприкосновения этничности и средств массовой информации, выделенных В.К. Мальковой в контексте конфликтного и толерантного характера этнической информации, для рассмотрения и характеристики их в качестве механизмов, способствующих сохранению этничности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Прикладная конфликтология для журналистов : сборник статей / сост. М. Мельников. М. : Права человека, 2006. 158 с.
2. Грошева Г.В. Категории этноса и этничности в современном научном дискурсе // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2006. № 1.
3. Тишков В.А. Социальная антропология: профессия и призвание. Интервью с профессором Валерием Тишковым // Журнал социологии и социальной антропологии. 2001. № 4.
4. Тишков В.А. Реквием по этносу: Исследования по социально-культурной антропологии. М., 2003.
5. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. 2-е изд., стер. М. : СмарТБук, 2009. 651 с. : табл., ил.
6. Шкондин М.В. СМК и СМИ как понятия журналистики // Вестник МГУ. 2002. Сер. 10 «Журналистика». № 2.
7. Васильева Л.В. Роль и функции СМИ в современном обществе // Вестник Амурского государственного университета. Сер. «Гуманитарные науки». Благовещенск : АмГУ, 2010. В. 50. С. 109–112.
8. Хлопаева Н.А. Социологические медиаисследования в информационном обеспечении управленческой деятельности : автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2007.
9. Пономарев Н.Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты : учеб. пособие. СПб. : Питер, 2008. 208 с.
10. Малькова В.К. Современные этнические СМИ как инструмент консолидации этнических сообществ // Этнографическое обозрение. 2009. № 1. С. 139–141.
11. Кондакова Н. Разноязычная пресса России // Пресса и этническая толерантность : пособие для журналистов. М., 2000.
12. Конституция (Польши) Республики Польша от 2 апреля 1997 года // Конституции государств Европы. М. : НОРМА, 2001.
13. Cooperation with Polish Diaspora Programme. URL: <http://www.msz.gov.pl>.
14. Гулевич В. Диаспоральная политика Польши на «Восточных территориях» (Украина, Беларусь). URL: <http://geopolitica.ru/Articles/933>.
15. Малькова В.К. Российская пресса и проблемы этнической толерантности и конфликтности // Мы – сограждане (СМИ и общество). М., 2002.
16. Устав бийской городской общественной организации – Польский национальный центр «Ожел бялы» (свидетельство о регистрации № 409 Я). Бийск, 2000. 10 с.

Rozhnova Olga U. Altai State Academy of Education named after V.M. Shukshina (Biysk, Russia). E-mail: orognova@mail.ru

THE MAIN PARAMETERS OF ETHNIC ENVIRONMENT AND MASS MEDIA IN MODERN INFORMATION AND COMMUNICATION ENVIRONMENT OF A DIASPORA IN THE CONTEXT OF ETHNIC PRESERVATION.

Keywords: ethnicity; mass media; information and communication environment; diaspora; Polonia.

The relevance of the paper is proved by the role of mass media in the life of modern society. The research experience of the group of scientists, who studied the problems of the reflection of ethnicity in mass media, helped to distinguish five main parameters of interaction: organization and functioning of ethnic channels in mass media; mass media audiences that get ethnic information; ethnic information; civil journalists who spotlight ethnic matters; legal foundation and norms of ethnic journalism. Analyzing these parameters the author makes an attempt to define the character and the format of the reflection of ethnicity in mass media, it helps to find an opportunity to preserve ethnicity with a help of mass media that creates its own information and communication environment of a diaspora. By way of example, the researcher described the information and communication environment of Polonia in Western Siberia. The complexity of the problem of the nature and essence of ethnicity predetermines the existence of several approaches: primordialism, constructivism and instrumentalism. There are not unified definitions of some key concepts in this paper that were taken into consideration, such as mass media, information and communication environment. Back on topic of the main parameters of ethnic environment and mass media it is necessary to notice that during the research of communication environment of Polish diaspora in Western Siberia we marked out and analyzed four main ethnic channels – the first component of ethnic environment and mass media: “Polonian organization – Polonian organization”, “Polonian organization – country exodus”, “Polonian organization – host country”, “Country Exodus – host country”. Mass media audiences that are interested in ethnic matters are a part of ethnic environment and mass media and can be divided into three parts: the representatives of Polonian organizations, interested party of the country of exodus and host country. The third parameter of

ethnic environment and mass media – ethnic information is considered according to its main content. The fourth component – authors who spotlight ethnic information, this example was also based on Polish diaspora in Western Siberia. We managed to reveal the problem of professional shortage in this field. The problem of the legal nature of ethnic information (that is the fifth parameter) made us address the main legal documents in the sphere of mass media and also regulations of Polonian organizations. Thereby, using information and communication environment of Polonia in Western Siberia the author introduced the characteristics of the main parameters of ethnic environment and mass media, they were indicated as tools which help to preserve ethnicity in nonethnic environment.

REFERENCES

1. Melnikov, M. (2006) *Prikladnaya konfliktologiya dlya zhurnalistov* [Applied conflictology for journalists]. Moscow: Prava cheloveka.
2. Grosheva, G.V. (2006) Kategorii etnosa i etnichnosti v sovremenном nauchnom diskurse [Categories of ethnos and ethnicity in modern scientific discourse]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Bulletin of Tomsk state Pedagogical University*. 1.
3. Tishkov, V.A. (2001) Sotsial'naya antropologiya: professiya i prizvanie. Interv'y u s professorom Valeriem Tishkovym [Social anthropology: Profession and vocation. Interview with Professor Valery Tishkov]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii – Journal of sociology and Social Anthropology*. 4.
4. Tishkov, V.A. (2003) *Rekviem po etnosu: Issledovaniya po sotsial'no-kul'turnoy antropologii* [Requiem for Ethnos: Studies in the social and cultural anthropology]. Moscow: Nauka.
5. Pocheptsov, G.G. (2009) *Teoriya kommunikatsii* [Theory of Communication]. 2nd ed. Moscow: SmartBuk.
6. Shkondin, M.V. (2002) SMK i SMI kak ponyatiya zhurnalistiki [QMS and Media as a concept of journalism]. *Vestnik MGU. Zhurnalistika – Vestnik Moskovskogo Universiteta. Series 10. Journalism*. 2.
7. Vasilyeva, L.V. (2010) Rol' i funktsii SMI v sovremenном obshchestve [The role and functions of the media in modern society]. *Vestnik Amurskogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. 50. pp. 109-112.
8. Khlopaeva, N.A. (2007) *Sotsiologicheskie media-issledovaniya v informatsionnom obespechenii upravlencheskoy deyatel'nosti* [Sociological studies of media in the information security management activities]. Abstract of Sociology Cand. Diss. Moscow.
9. Ponomarev, N.F. (2008) *Svyazi s obshchestvennost'yu: sotsial'no-psikhologicheskie aspekty* [Public Relations: Social and psychological aspects]. St. Petersburg: Piter.
10. Malkova, V.K. (2009) Sovremennye etnicheskie SMI kak instrument konsolidatsii etnicheskikh soobshchestv [Modern ethnic media as a tool of consolidation of ethnic communities]. *Etnograficheskoe obozrenie*. 1. pp. 139-141.
11. Kondakova, N. (2000) Raznoyazychnaya pressa Rossii [Multilingual Russian press]. In: Malkova, V.K. (ed.) *Pressa i etnicheskaya tolerantnost'* [Press and ethnic tolerance]. Moscow: NIP-Press.
12. Poland. (2001) *Konstitutsiya (Pol'shi) Respubliki Pol'sha ot 2 aprelya 1997 goda (tekst Konstitutsii privoditsya po sborniku "Konstitutsii gosudarstv Evropy")* [The Constitution (Poland) of the Republic of Poland of 2 April 1997 (the text of the Constitution is provided according to the Collection of the Constitutions of the European states)]. Moscow: Norma.
13. Ministry of Foreign Affairs of Republic of Poland. (n.d.) *Cooperation with Polish Diaspora Programme*. [Online] Available from: <http://www.msz.gov.pl>.
14. Gulevich, V. (n.d.) *Diasporal'naya politika Pol'shi na "Vostochnykh territoriyakh" (Ukraina, Belarus')* [The Diaspora policy of Poland in the "Eastern Territories" (Ukraine, Belarus)]. [Online] Available from: <http://geopolitica.ru/Articles/933>.
15. Malkova, V.K. (2002) Rossiyskaya pressa i problemy etnicheskoy tolerantnosti i konfliktnosti [The Russian press and the problems of ethnic tolerance and conflict]. In: Dzyaloshinskiy, I.M. (ed.) *My – sograzhdane (SMI i obshchestvo)* [We are citizens (Media and Society)]. Moscow: Bonfri.
16. Polish National Center "Ozhel Bialy". (2000) *Ustav biyskoy gorodskoy obshchestvennoy organizatsii – pol'skiy natsional'nyy tsentr "Ozhel bialy" (svidetel'stvo o registratsii № 409 Ya)* [Charter of the Biysk City Public Organization – the Polish National Center "Ozhel Bialy" (Certificate of Registration Number 409 I)]. Biysk.