

написано: «За все!». Управлением Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю реклама признана ненадлежащей, изображённый женский образ оскорбительным [11].

Ещё один пример неправомерности рекламных ходов — использование образов несовершеннолетних. Реклама банка «Возрождение», появившаяся на улицах Ставрополя в 2014 году, изображала трёх детей, которые сидят в открытом багажнике автомобиля. Подразумевалось, что в сочетании с надписью «Вчера выбирали автомобиль» визуальный ряд должен создать впечатление доступности покупки автомашины [12].

Сегодня социальная роль рекламы в обществе стремительно возрастает. Перестав быть исключительно инструментом привлечения клиентов и повышения эффективности той или иной экономической деятельности, реклама стала полноценным инструментом развития для каждой уважающей себя компании и для всего российского рынка в целом. Качественная рекламная продукция всё больше приобретает вид визитной карточки рекламодателя. В этих условиях соблюдение этических норм и в целом социальная ответственность в сфере рекламной деятельности — один из важных показателей качества и стабильности рекламного рынка.

Литература

1. Ежова Е. Н. Пространство и время в медиарекламной картине мира. — М.: Илекса, 2009.
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) «О рекламе». — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/.
3. Казаков В. Ю., Шокин Ю. П. Реклама — путь к бизнесу и успеху: пособие предпринимателя. — СПб.: МГПСТЕН, 1993.
4. Котлер Ф. Армстронг Г. Основы маркетинга. — М.: Вильямс, 2003.
5. Лихобабин М. Ю. Оценка этической корректности рекламы как важнейшей формы социальной коммуникации // Вестник Российской коммуникативной ассоциации: сборник научных трудов «Теория и практика коммуникации». Выпуск 2. — Ростов-на-Дону: ИУБиП, 2004.
6. Акопянц А. С. Классификация нарушений этики в рекламе // Рыночное пространство современной России: реклама, коммерция, маркетинг: сборник статей научно-практической конференции. — Новосибирск, 2009.
7. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. — СПб: Питер, 1999.
8. Международный кодекс рекламной практики. — URL: <http://zakon.kuban.ru/nd1/mkrp.htm>.
9. Мама мыла раму с особым цинизмом / Экспресс-газета online. — URL: <http://www.eg.ru/daily/crime/19235/>.
10. Тулунов В. В. Российская пресса: дизайн, реклама, типология. — Воронеж: ИНФА, 1996.
11. Неэтичная реклама сети компьютерных магазинов признана ненадлежащей. — URL: <http://stavropol.fas.gov.ru/news/8248>.
12. Осторожно, Дети! / Управление Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю. — URL: <http://stavropol.fas.gov.ru/news/9745>.

УДК 659.3

DOI: 10.17223/23062096/4/47

И. А. П. де Кампос

Российский университет дружбы народов

ОБРАЗ АНГОЛЫ В БРИТАНСКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

В данной статье автором приводится краткий анализ формирования образа Анголы в современных британских интернет-СМИ, приводится обзор тематик соответствующих публикаций на примере ряда ведущих онлайн-изданий Великобритании. Также дается общая оценка имиджа Анголы в зеркале британских СМИ.

Ключевые слова: имидж, имидж государства, СМИ, онлайн-СМИ, Ангола, интернет, Великобритания.

In this article author makes a short analysis of how modern British online media form the image of Angola. He also reviews some topics raised up in above mentioned sources. Overall estimation of image of Angola is also provided.

Keywords: image, country image, online media, Angola, internet, Great Britain.

ГОВОРЯ О ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА АНГОЛЫ в англоязычных Интернет-СМИ, необходимо, прежде всего, понимать саму суть понятия «коммуникация», т.к. данный термин имеет всеобъемлющее значение, в том числе касающееся процессов передачи информации посредством Мировой Сети. Термин «коммуникация» (от лат. communicatio — сообщение, передача), согласно Философскому энциклопедическому словарю, означает общение, обмен мыслями, сведениями, идеями и т.д.; передача того или иного содержания от одного сознания к другому посредством знаков, зафиксированных на материальных носителях [1]. В наше время интернет получил широкое распространение среди пользователей, тем

самым дав им возможность свободно выражать свое мнение, тем самым создавая двустороннюю связь между автором и читателем.

Электронные версии газет и журналов дают возможность читателю всесторонне изучить интересующую его тему, не прикладывая к этому, в сущности, больших усилий. С появлением Интернета электронные издания сами стали своего рода архивами с новостями, обзорами, репортажами, мнениями и блогами на самые разные тематики.

Компании, занимающиеся оценкой имиджа стран, также обращаются к СМИ. В частности, Глобальный индекс 200 стран компании Восток — Запад (East-West Global Index 200) рассчитывается из показателей позитивных и негативных упоминаний в различных изданиях.

Британия славится определенным количеством авторитетных СМИ, читаемых по всему миру. К таким СМИ относятся: Financial Times, The Independent, The Telegraph, The Guardian, The Economist и The Times. Новостное агентство Reuters также было основано в Лондоне, и на данный момент имеет огромное количество сотрудников по всему миру.

Всего в период с 1 июня 2013 г. по 30 июня 2015 г. в англоязычных СМИ было опубликовано порядка 3 000 публикаций об Анголе. Основными темами публикаций стали риски инвестирования в различные отрасли экономики республики, в т. ч. банковский сектор; условия сделок по контрактам на поставку нефти; новости о политических заключенных; обзоры политической и экономической ситуации в стране; реже — спортивные и культурные новости.

Как и любые другие, британские СМИ освещают наиболее актуальные новости и события, происходящие по всему миру. Рассматривая статьи, публикуемые в каждом издании, можно отметить специфику в подаче материала, присущую определенным изданиям. Например, деловые новости и аналитическая информация — прерогатива Financial Times, а социальные процессы, культура страны — это специализация таких изданий как The Independent и The Guardian. Таким образом, только всесторонний обзор британских интернет-СМИ может дать относительно полное представление о той или иной стране и об Анголе в частности.

Рассмотрим несколько статей для оценки процесса формирования имиджа Анголы в британских интернет-СМИ.

Ангола, как лидер по добыче нефти и других полезных ископаемых, зачастую интересна изданиям с аналитической направленностью только в аспекте описания ситуации, складывающейся на нефтяном рынке и рынке добычи металлов. Обращаясь к электронной версии издания The Financial Times, можно увидеть периодичность, с которой выходят статьи с подобной тематикой. В среднем она составляет 2-3 дня. Такие статьи обычно посвящены добыче и сбыту ангольской нефти.

Электронная версия издания The Economist также в подавляющем большинстве пишет о тенденциях развития нефтяной отрасли в Анголе, причем в статьях можно увидеть довольно интересный анализ состояния экономики республики и уровня ВВП сквозь призму объемов

продажи нефти и полезных ископаемых. В статье «Ресурсный оптимизм» [2] автор рассуждает о том, почему Ангола, находящаяся на 110 строчке в рейтинге самых богатых стран в расчете ВВП на душу населения, стоит лишь на 148 месте по шкале развития (сюда входят показатели рождаемости и смертности, уровень образования, доходов населения и проч.). Издание называет эту проблему «проклятием ресурсов» и называет причину нестабильной политики и экономики республики в невыгодных сделках по экспорту нефти и в непрекращающихся сражениях за добычу нефти, золота и алмазов.

Еще одной нашумевшей и наиболее часто описываемой темой в 2015 году стала попытка ареста автора книги «Кровавые алмазы: коррупция и пытки в Анголе» Рафаэля Маркеша де Морайша. Эту тему осветили многие авторитетные издания, так как в книге поднимаются темы коррупции в Анголе и нарушения прав человека. Тенденция западных СМИ освещать нарушения, связанные с равенством и правами человека, диктует изданиям обязанность следить за подобными рода событиями в странах с несвободными или частично свободными СМИ. О судьбе автора скандальной книги и развитии событий вокруг де Морайша писали издания The Guardian [3] и The Independent [4] (а новостное агентство Reuters опубликовало в мае 2015 года статью под названием «Суд над журналистом ставит репутацию Анголы на скамью для подсудимых»). Помимо информации, описывающей ситуацию с арестом и обвинениями со стороны правительства в адрес автора книги, в статье поднимается тема убийств силовыми структурами Анголы сотни членов секты в христианском центральном нагорье Уамбо. Также упоминается, что более 21 миллиона ангольцев живут на менее чем 2\$ в день, а администрация президента Жозе Эдуарду душ Сантуша активно не пропускает во внешний мир негативную информацию, касающуюся беспорядков, учиняемых оппозицией власти [5].

Еще одной статьей, меняющей мнение о нестабильной экономике Анголы, можно назвать статью на портале газеты The Daily Telegraph от 22 августа 2015 г., где рассказывается о развивающихся бизнес-процессах между Анголой и другими странами вследствие постепенного роста доверия к организациям и компаниям страны. Сокращающееся интернет-мошенничество и постепенное увеличение доходов местного населения делает республику все более привлекательной для иностранных компаний, поставляющих технологические новинки и товары массового спроса [6].

В целом анализ статей, публикуемых в британских СМИ, показал тенденцию к освещению динамики роста и развития экономической ситуации в Анголе за счет увеличения заключенных контрактов с заинтересованными странами, импортирующих полезные ископаемые. Также сфера интересов англоязычных интернет-СМИ распространяется вокруг проблематики, поднимаемой в области защиты гражданских прав человека. Однако, к сожалению, данная тема зачастую имеет политическую подоплеку и исследуется западными авторами в контексте местных культурных особенностей достаточно поверхностно.

Имидж Анголы в свете анализируемых электронных изданий весьма неоднозначен, но улучшающаяся политическая и экономическая ситуация республики все же находит отражение в ряде публикаций, появляющихся в авторитетных изданиях, что, в конечном итоге, положительно сказывается на имидже страны.

Литература

1. Философский энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия. Гл. редакция: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. 1983. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/543/
2. The Economist — Resource optimism. — 14.05.2013. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.economist.com/blogs/baobab/2013/05/development-africa-o?zid=304&a-h=e5690753dc78ce91909083042ad12e30>.
3. The Guardian — Rafael Marques de Morais settlement generals blood diamonds. 23.04.2015. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.theguardian.com/world/2015/apr/23/angolan-journalist-rafael-marques-de-morais-settlement-generals-blood-diamonds>
4. The Independent — Blood diamonds author Rafael Marques de Morais facing defamation trial after returning to Angola. 22.05.2015. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.independent.co.uk/news/world/africa/blood-diamonds-author-rafael-marques-de-morais-facing-defamation-trial-after-returning-to-angola-10125202.html>
5. Reuters — Journalist trial puts Angola's reputation in the dock. — 14.05.2015. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.reuters.com/article/2015/05/14/angola-rights-idUSL5NoY46HD20150514>
6. The Daily Telegraph — Optimism for Africa despite threat from China downturn. — 22.08.2015. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/finance/economics/11818297/Optimism-for-Africa-despite-threat-from-China-downturn.html>

УДК 7.092

DOI: 10.17223/23062096/4/48

А. П. Кравченко

Томский государственный университет

ВОКАЛЬНЫЙ ТВ-ПРОЕКТ В ФОРМИРОВАНИИ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОРОДА

В статье поднимается вопрос о культурной и творческой жизни города Томска, рассматривается новый вокальный телевизионный конкурс как площадка для самореализации молодых людей. Его основной целью является популяризация вокального творчества молодых исполнителей как среди вокалистов, так и среди жителей Томска. Анализируются целевые группы аудитории конкурса, этапы организации, а также его перспективы развития.

Ключевые слова: вокальный конкурс, творческий потенциал, творческая реализация, творческие площадки.

In the article is brought up the question about cultural and creative life of town, in the article is considered a new vocal television competition as a platform for self-realization of young people. The main purpose of project is promoting of vocal works of young performers, both among vocalists, and among residents of Tomsk. Here are analyzed target groups of audience, stages of the organization and also prospects of its development.

Keywords: vocal competition, creative potential, creative realization, creative platforms, television.

В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ ТАКИЕ ТЕМЫ, как создание городской среды, развитие всех сфер жизни города, внедрение новых проектов, становятся все более популярными. Люди стали чаще задумываться о создании благоприятной, комфортной среды вокруг себя. Почти у каждого города есть сильная сторона, которую он, развивая, делает ключевой.

Устойчивый образ Томска связан с позиционированием его как университетской столицы Сибири. Шесть томских университетов каждый год набирают студентов из разных областей и стран. А.И. Щербинин в своей статье «Традиции, образы, ценности как стратегический ресурс университетского города, проект “Императорский университет”» приводит цитату писателя Ильи Эренбурга из романа «День второй»: «Томск мог умереть, но в Томске был университет...» [1]. От этого образа и строятся все мероприятия по развитию города.

Студенты — это молодые умы, которые могут создавать инновации. Благодаря большому количеству студентов, выпускников вузов в Томске не первый год проходит всероссийский форум INNOVUS, в новостных лентах «Томского Обзора» почти каждый день появляются новости с началом «Томские ученые разработали/внедрили/создали...» и т. д. И именно с этим связаны встречи «Умный город» студентов с директором Центра урбанистики и регионального развития ТГУ Алексеем Козьминым и популярными французскими урбанистами (Николя Бушо и Фан Лань Фыонг), которые состоялись 22 и 24 октября 2015 г. Томск позиционирует себя как инновационный.