

УДК 070(100)(06)
ББК 76.00я431
М43

Рекомендовано
Советом Института журналистики БГУ
18 января 2018 г., протокол № 4

Составитель
Б. Л. Залесский

Рецензенты:
доктор исторических наук профессор *И. И. Саченко*;
доктор исторических наук профессор *О. Г. Слуга*

Под общей редакцией
доктора филологических наук профессора *Т. Н. Дасаевой*

М43 **Международная журналистика-2018: глобальные вызовы, региональное партнерство и медиа** : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 15 февр. 2018 г. / сост. Б. Л. Залесский ; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой. – Минск : Изд. центр БГУ, 2018. – 351 с.

ISBN 978-985-553-502-8.

В сборнике представлены результаты исследований теоретиков и практиков международной журналистики по разнообразным направлениям деятельности белорусских и зарубежных СМИ. На богатом фактическом материале с использованием современных научных подходов анализируются особенности развития международного сегмента журналистики в условиях глобальных вызовов и регионального партнерства.

УДК 070(100)(06)
ББК 76.00я431

ISBN 978-985-553-502-8

© Залесский Б. Л., составление, 2018
© БГУ, 2018
© Оформление. РУП «Издательский центр БГУ», 2018

**УЧАСТНИКАМ
7-й МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА-2018:
ГЛОБАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ, РЕГИОНАЛЬНОЕ
ПАРТНЕРСТВО И МЕДИА»**

Уважаемые коллеги!

Кафедра зарубежной журналистики и литературы Института журналистики Белорусского государственного университета с 2012 года ежегодно проводит международные научно-практические конференции, способствующие развитию сотрудничества в области научных исследований и журналистского образования со странами ближнего и дальнего зарубежья. Нынешний медиафорум отличается тематическим разнообразием, актуальностью поднятых проблем. В нём принимают участие представители медиасообществ, вузовской и академической науки Беларуси, а также России, Украины, Польши и других стран.

На Седьмой Международной научно-практической конференции «Международная журналистика – 2018: глобальные вызовы, региональное партнёрство и медиа» состоится научная дискуссия по следующим тематическим направлениям: Евразийский экономический союз в зеркале прессы; перспективы создания единого информационного пространства Содружества Независимых Государств; проблемы становления единого информационного пространства Союзного государства Беларуси и России; Экономический пояс Шёлкового пути в отражении медиа; информационное пространство Беларуси в контексте полиэтничности международных отношений; современное состояние и тенденции развития жанров международной журналистики; потенциал взаимодействия международной журналистики и зарубежной рекламы; внедрение международных профессиональных стандартов в журналистскую практику на территории государств Восточной Европы и др.

Желаю участникам конференции плодотворной работы, успехов в профессиональной деятельности, здоровья, благополучия, налаживания и укрепления творческих контактов и дальнейшего сотрудничества.

Татьяна Дасаева,
заведующий кафедрой
зарубежной журналистики и литературы,
доктор филологических наук,
профессор Института журналистики
Белорусского государственного университета

Валентин СТАРИЧЕНОК

*Белорусский государственный педагогический университет
имени Максима Танка*

СМИ СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА В БЕЛОРУССКОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Результативная информационная политика является одним из ключевых факторов эффективности Союзного государства. Информационные манипуляции и войны, бушующие в Восточной Европе, сильно бьют по фундаменту интеграции – положительному взаимному общественному мнению белорусов и россиян. Формированием благоприятного общественно-политического климата в отношении интеграции в Союзном государстве занимаются структуры, которые финансируются из союзного бюджета и обеспечивают информационное сопровождение его работы. Это – телерадиовещательная компания Союзного государства (ТРО), газеты «Союзное вече» и «Союз. Беларусь–Россия», журнал «Союзное государство», Информационно-аналитический портал Союзного государства, действующий при Постоянном Комитете Союзного государства и Национальном пресс-центре Республики Беларусь. Цель исследования – установить место этих структур в медийном пространстве России и Беларуси и определить, что нужно делать, чтобы повысить узнаваемость СМИ Союзного государства.

8 декабря 2017 г. Совет Министров Союзного государства принял постановление №35 О проекте Декрета Высшего Государственного Совета Союзного государства «О бюджете Союзного государства на 2018 год». Согласно этому постановлению, бюджет составил почти 7 млрд российских рублей, из которых объем расходов составил почти 4,9 млрд, а профицит – более 2 млрд. Если перевести эту сумму в доллары, мы получим цифру почти 116,9 млн. долл. США. 17% расходной части бюджета в 2018 г. запланировано выделить на обеспечение работы средств массовой информации – почти 14 млрд. долл. С учетом того, что на СМИ потратят больше, чем на функционирование Парламентского Собрания Союза Беларуси и России (279,2 млн) и Постоянного Комитета Союзного государства (334,9 млн), можно констатировать, что имеющийся запрос на информационную деятельность в Союзном государстве удовлетворяется посредством достаточно большого объема финансирования.

Более того, это финансирование в сравнении с прошедшим годом несколько выросло.

Однако узнаваемость Союзного государства в обществе остается низкой. Вопрос заключается в том, какие возможности существуют для повышения рейтингов СМИ Союзного государства. Больше всего финансируется телерадиовещание, и именно здесь в 2017 г. произошли существенные изменения. Речь идет о ребрендинге телеканала «ТРО», который стал называться «БелРос» [1]. Это – правильный имиджевый ход, так как для телезрителя сочетание «ТРО» является малосодержательным маркером, растворяющим телеканал в массе других аббревиатур. Теперь же посредством названия выстроен ассоциативный ряд, подчеркивающий содержательную сторону этого СМИ, а именно – информирование населения о союзе Беларуси и России и о процессах, происходящих в союзном блоке. Также «БелРос» переформатировал свою команду и запустил новые программы, ставшие лицом телеканала. К ним относятся новости «Союзинформ», ток-шоу «Есть вопрос», программа «Государственный интерес», цикл интервью «Наши люди», передача о путешествиях «Карта Родины», кулинарная программа «Братская кухня», передача о кино «Фабрика кино» и другие интересные и познавательные программы.

Но одного только ребрендинга недостаточно. Пока «БелРос» остается спутниковым платным телеканалом, его влияние на общественное мнение остается ограниченным, а возможность стать узнаваемым брендом сужается. В Беларуси необходимо рекомендовать включить «БелРос» в число телеканалов бесплатного эфирного цифрового вещания. Это было бы вполне рациональным решением. Тем более, что в белорусском обществе существует на это запрос. Как показал проведенный в сентябре 2016 г. Институтом социологии НАН Беларуси опрос, доступность ТВ каналов стран СНГ оказалось приоритетом для граждан РБ, 45,8% которых выбрало именно этот вариант, когда отвечали на вопрос «Что в коммуникационной сфере Вам интересно в плане сотрудничества между Республикой Беларусь и другими странами СНГ?» [3, с. 78].

Еще одна инициатива, реализованная СМИ Союзного государства, – это Российско-белорусский экспертный клуб, учрежденный в марте 2016 г. по общественной инициативе экспертов из двух стран на базе газеты Парламентского Собрания Союза Беларуси и России «Союзное вече». В него входят российские и белорусские эксперты, заинтересованные в союзной интеграции и предлагающие собственные оценки и пути развития Союзного государства. К работе клуба подключилась ТРО, и в октябре 2017 г. его заседание прошло в формате телевизион-

ной передачи «Перспективы. Клуб экспертов» [5]. Несомненно, это выход на качественно новый уровень представленности экспертного сообщества России и Беларуси в медийном пространстве.

Теперь посмотрим на план мероприятий по созданию общего информационного пространства Союзного государства на 2016–2020 годы (далее – План) [4, с. 392–396]. Безусловно, существует понимание ограниченности влияния на массы со стороны финансируемых из бюджета Союзного государства СМИ. Поэтому работа в информационном пространстве в Плате дополнительно увязана с более крупными и популярными медийными проектами: межгосударственной телерадиокомпанией «Мир», белорусской УП «БелТА» и российским новостным агентством Sputnik. Также в Плате отмечается важность создания совместных информационных проектов и организации специализированных выставок и пресс-мероприятий белорусских и российских СМИ, желательность обмена опытом деятельности в сфере освещения политических процессов. Отдельной строкой указывается на развитие взаимодействия между СМИ регионов Беларуси и России. Не осталась без внимания издательская деятельность, направленная на распространение печатной продукции на территории Союзного государства.

Таким образом, существует понимание необходимости максимального расширения медийной активности. Однако, как видно из статей бюджета Союзного государства, в отдельную категорию не выделяются интернет-СМИ, а возможности борьбы за влияние на общественное мнение во всемирной паутине Союзным государством используются слабо. А ведь именно в сети «сидит» подавляющее большинство молодых людей, взгляды которых находятся в стадии формирования и которые легко подвергаются воздействию извне. Если посмотреть на данные Национального статистического комитета Республики Беларусь, то в среднем количество интернет-пользователей в Беларуси составило 71,1%. Но своего максимума этот показатель достигает среди белорусов в возрасте от 16 до 24 лет – 98,1%. Если в этой возрастной группе количество пользователей интернета приблизилось к своему пределу еще в 2013 г., то во всех других возрастных группах объем пользователей сети наращивается столь быстрыми темпами, что уже сейчас понятно: в обозримом будущем интернет станет народным достоянием, а «паутиной» будет охвачено все население [2, с. 75].

В этой связи есть смысл посмотреть на интернет-ресурсы, которые в той или иной степени специализируются на освещении российско-белорусских отношений и делают это в благоприятном для Союзного государства ключе. Поразительно, но таких ресурсов в белорусском информационном пространстве было крайне мало (информационный

портал «Русь молодая», консервативный центр «Номос», проект «Цитадель») и о них знали немногие. Переформатирование белорусского информационного поля началось в конце 2014 г. Перечислим появившиеся с этого времени сайты и кратко охарактеризуем каждый из них.

1. Октябрь 2014 г. – «Чеснок». Общественно-политический интернет-журнал, редакция которого выступает под девизом «Правду говорить легко и приятно» и ставит задачу сформировать позитивный образ будущего. На сайте читателям предлагаются разноплановые материалы: «Новости», «Аналитика», «Литература», «Обзоры», «Мнения», «Видео». Отдельным информационным блоком выделен «ЕАЭС» (Евразийский экономический союз), что говорит об особом внимании редакции к евразийской интеграции.

2. Сентябрь 2015 г. – «IMHOclub.by». Интерактивный портал с девизом «Территория особых мнений». Представляет площадку, где спикеры в публицистической форме выражают собственную точку зрения по совершенно разным проблемам общественно-политической, социальной, культурной жизни или просто делятся полезной, на их взгляд, информацией. Тексты обсуждаются членами клуба, а спикер может ответить на вопросы и участвовать в дискуссии. Непременным условием является соблюдение норм корректности по отношению друг к другу.

3. Апрель 2016 г. – «Евразия. Эксперт». Информационно-аналитическое издание о Евразийском регионе. В центре внимания находятся события, имеющие непосредственное отношение к государствам-членам Евразийского экономического союза. Подчеркивая значимость проблематики ЕАЭС, редакция включила в интерфейс сайта «кошки» с флагами членов союза: Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана и России. Сайт включает в себя аналитический и новостной блоки. Очевидным его достоинством является высокий уровень аналитических статей, написанных на стыке публицистики и научного исследования.

4. Апрель 2016 г. – «Друзья-сябры». Информационный ресурс, объединяющий сообщество белорусских и российских журналистов. Содержание сайта отражает его девиз – «Журналисты России и Беларуси обо всем на свете». Здесь публикуются разнообразные материалы, призванные обобщить опыт совместной деятельности в различных сферах жизни Союзного государства. В нестандартном ключе выполнена тематическая разбивка сайта, который состоит из следующих блоков: «Кто мы, зачем и почему?», «Зубры», «Дело было так», «Must read», «Ближайшие планы», «Всё», «Форумы».

5. Июль 2016 г. – «RUS-BEL.ONLINE». Российско-белорусское информационное агентство. Проект реализуется автономной некоммер-

ческой организацией «Смоленский центр развития журналистики» и делает упор на освещении событий приграничных регионов. Для удобства пользователя выделены блоки «Могилев», «Витебск», «Брянск», «Смоленск». Отдельной ячейкой представлен раздел «Ситуация на границе», в котором освещаются события, происходящие на российско-белорусской границе.

6. Ноябрь 2016 г. – «Телескоп». Информационно-политический портал с ежедневной сводкой новостей Беларуси и мира, общественно-политической аналитикой и экскурсами в историю республики. Интерфейс сайта выполнен в традиционной для новостных ресурсов манере и включает в себя следующие блоки: «Политика», «Общество», «Экономика», «Аналитика», «Мировая политика», «Культура и история», «Спорт».

7. Июнь 2017 г. – «Белорусский политринг». Дискуссионная площадка, ставящая цель наладить диалог между различными политическими, общественными и социальными группами в Беларуси. Значительное внимание уделяется внутренней политике Беларуси; освещаются не только события столицы, но и новости белорусских регионов.

8. Июль 2017 г. – «СОНАР2050». Фабрика смыслов Союзного государства. Редакция ставит амбициозную цель – описать и спроектировать траектории развития Союзного государства к середине XXI века. Новостные и аналитические статьи сгруппированы в пять блоков: «Политэкономический нарратив», «Госбезопасность Союза», «Гуманитарный нарратив», «Союзное мышление», «Союзная идентичность». Помимо традиционных новостных и аналитических сюжетов в рубрике «Союзный позитив» представлен видеоряд о достижениях Союзного государства.

9. Декабрь 2017 г. – «Гражданское согласие». Сайт общественного республиканского движения «Гражданское согласие», на котором представлена новостная лента о событиях в республике и мире. Редакция выражает обеспокоенность усилением радикально-националистических настроений и участвующимися фактами разжигания ненависти на национальной и религиозной почве, трагедии национал-экстремистами граждан, не разделяющих их взгляды, старается нивелировать соответствующие тенденции, призывая к диалогу между оппонентами.

Итак, за последние годы было создано как минимум девять информационно-аналитических сайтов, которые формируют в белорусском обществе адекватное представление о развитии российско-белорусских отношений. На этом фоне медийные интернет-проекты, финансирующиеся из бюджета Союзного государства, выглядят весьма блекло.

Настало время подумать о ребрендинге Информационно-аналитического портала Союзного государства [6], в частности, придумать броское название и разработать логотип, который стал бы «лицом» сайта.

Существует и другой путь. Речь идет о координации усилий Беларуси и России в области информационной политики и безопасности, причем, как отмечает белорусский политолог А. Шпаковский, она должна осуществляться «как на уровне профильных ведомств, вузов и научного сообщества», так и на уровне «конструктивных неправительственных экспертных организаций» [7]. Механизмом подобной координации может быть Институт интеграции, сформированный на базе Союзного государства с отдельным финансированием. Институт должен работать как мощный аналитический центр и систематически заниматься продвижением интересов Союзного государства не только на постсоветском пространстве, но и за его пределами. Он должен решать задачи формирования сети экспертов, работающих по проблематике Союзного государства, вовлечения в работу по информационному сопровождению союзных интересов академического сообщества ближнего и дальнего зарубежья, а также журналистов, политиков, чиновников, бизнесменов, военных, юристов, представителей гражданского общества и всех тех, кто заинтересован в развитии позитивных и долгосрочных отношений между странами Союзного государства.

Однако информационное сопровождение политических процессов не сводится исключительно к публикационной активности и созданию авторских текстов. Адекватная информационная политика и разработка механизмов блокирования попыток манипулирования общественным мнением извне невозможны без наличия союзной повестки и стратегии ее реализации. Как минимум, для этого нужны глубокие исследования интернет-пространства, систематический мониторинг больших и разнородных объемов информации, которые невозможно обработать вручную, умение выстроить работу с населением с учетом анализа полученных данных. Такой подход делает необходимым встраивание в Институт интеграции исследовательских пулов, включающих не только гуманитариев, которые пишут тексты, но и специалистов из других сфер: занимающихся прикладными исследованиями социологов, IT-специалистов, умеющих работать с Big data и другими ресурсами, филологов, которые переводили бы на иностранные языки подготовленные аналитические материалы и книги. Таким образом, Институт интеграции вполне может быть платформой, на базе которой экспертное сообщество России и Беларуси объединилось бы в единую сеть и смог-

ло бы обеспечить координацию аналитической и информационной работы в рамках Союзного государства.

Литература

1. Ефимович, Н. Мы меняемся для Вас! / Н. Ефимович // БелРос [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://belros.tv/news/obschestvo/nikolay-efimovich-my-menyuemsya-dlya-vas>. – Дата доступа: 04.01.2018.
2. Информационное общество в Республике Беларусь: статистический справочник. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2017. – 105 с.
3. Котляров, И.В. Сообщество единства в море хаоса и вызовов / И.В. Котляров // *Беларуская думка*. – 2016. – № 12. – С. 72–79.
4. План мероприятий по созданию общего информационного пространства Союзного государства на 2016–2020 годы // Сборник нормативных правовых документов Союзного государства за II–IV кварталы 2015 г. и I полугодие 2016 г. – М.: Постоянный Комитет Союзного государства, 2016. – С. 392–396.
5. Рулева, Ю. Союз Беларуси и России должен сделать ставку на новую индустриализацию – эксперты / Ю. Рулева // *Евразия. Эксперт* [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://eurasia.expert/soyuz-belarusi-i-rossii-novoy-industrializatsiyu/>. – Дата доступа: 15.11.2017.
6. Стариченок, В.В. Бренд Союзного государства: перезагрузка информационной политики / В.В. Стариченок // *Евразия. Эксперт* [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://eurasia.expert/brend-soyuznogo-gosudarstva-perezagruzka-informatsionnoy-politiki/>. – Дата доступа: 15.11.2017.
7. Шпаковский, А. Стратегии влияния: кто и как пытается изменить сознание белорусского общества / А. Шпаковский // *СОНАР2050* [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <https://www.sonar2050.org/publications/informacionnaya-bezopasnost-kto-pytaetsya-izmenit-soznanie-belorusskogo-obshchestva/>. – Дата доступа: 04.01.2018.

Юлия СТАСИШВИНА

*Санкт-Петербургский государственный университет,
Россия*

ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ИСПАНСКОЙ МЕДИАГРУППЫ PRISA

На протяжении последних двадцати лет мы наблюдаем формирование нового мирового устройства, которое связано с качественными переменами во всех сферах жизнедеятельности. Исследователи вводят новый термин для обозначения этого современного уклада жизни – информационное общество. Впервые термин был введен в оборот в начале 60-х годов в США и Японии одновременно.

Глобализация является, с одной стороны, основой формирования информационного общества, с другой, – его результатом. В самом общем понимании глобализация – это «усиление взаимосвязанности, взаимозависимости современного мирового сообщества, расширение спектра взаимодействия культур, государств и индивидов» [5, с. 44]. Глобальное информационное пространство возникает по ряду причин, к которым можно отнести новую экономическую и технологическую реальность. Мир превращается в глобальную коммуникационную систему или, как говорил М. Маклюэн, в «глобальную деревню» [4].

Е.Л. Вартанова, ссылаясь на таких авторов, как Э. Гидденс, Б. Уолтерс, О. Бойд-Барретт, Т. Рантцен, П. Годинг, пишет, что глобализация – «многомерный процесс, происходящий одновременно на нескольких уровнях, и если, с одной стороны, это глобализация рынка, производства и финансов, то, с другой стороны, это глобализация коммуникаций, то есть беспрепятственное круглосуточное движение не только финансовых потоков, но и потоков информации» [2, с. 10]. В этих потоках циркулирует медиаконтент, который складывается независимо от национальных особенностей. Информационная глобализация, по Вартановой, характеризуется тремя особенностями: общая повестка дня международных событий, проникновение глобальной логики рынка в процесс формирования этой повестки дня и выход пространства глобальной коммуникации за пределы государственного суверенитета и переход во владение транснациональным корпорациям [2, с. 10].

Следует отметить, что, как СМИ влияют на глобализацию, так и глобализация вносит свои коррективы в систему СМИ. Глобализация увеличивает роль международных информационных корпораций и влияет на создание всемирного медиарынка. Происходит процесс конгломерации – слияние и приобретение нескольких видов средств массовой информации и концентрация большинства из них в руках небольшого количества владельцев. Безусловно, это приносит высокий доход владельцам, так как тиражирование информационного продукта происходит сразу по нескольким каналам. Создаются медиакорпорации, холдинги, группы, которые объединяют ранее никак не связанные секторы экономики. Такая интеграция бывает горизонтальная, которая предполагает слияние секторов с аналогичными телекоммуникационными ресурсами, и вертикальная, когда интеграция происходит между новыми и традиционными СМИ.

В представленном исследовании проводится анализ испанской медиакомпании PRISA, которая включает в себя несколько сфер медиабизнеса: прессу, радио, образование, аудиовизуальные СМИ. Компания распространяет контент на испанском, португальском и английском