

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВПО «БУРЯТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ЗАНДЕЕВА Саяна Кимовна

**НАЦИОНАЛЬНОЕ ТЕЛЕВЕЩАНИЕ КАК ФАКТОР
РАЗВИТИЯ ЭТНИЧЕСКОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ БУРЯТ**

(на материалах Республики Бурятия)

Специальность 22.00.04 –

социальная структура, социальные институты и процессы

Диссертация на соискание ученой степени кандидата

социологических наук

Научный руководитель –

доктор социологических наук, профессор

Э.Д. Дагбаев

Улан-Удэ

2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РОЛИ НАЦИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВЕЩАНИЯ В РАЗВИТИИ ЭТНИЧЕСКОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ.....	15
1.1. Специфика национального телевидения как социального института в этническом сообществе.....	15
1.2. Сущность и основные подходы в исследовании этнической идентификации.....	41
1.3. Методика исследования национального телевидения как фактора развития этнической идентификации.....	66
ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВЕЩАНИЯ И ТЕЛЕВИЗИОННОЙ АУДИТОРИИ В КОНТЕКСТЕ ЭТНИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ.....	78
2.1. Внутриэтнические отношения между коммуникатором и аудиторией в рамках телевизионной массовой коммуникации.....	78
2.2. Жанрово-тематические особенности телепрограмм, направленные на развитие идентификации бурятского этноса.....	108
2.3. Национальное телевидение как средство становления межэтнического согласия в Республике Бурятия.....	131
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	153
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	157
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	172

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования.

Роль средств массовой информации (далее СМИ) в сфере этнической проблематики всегда привлекала внимание как признанных ученых, так и начинающих исследователей, а сегодня, в эпоху информационного общества, безусловно, приобретает особую актуальность.

СМИ выступают полноправными участниками общественно-политических, этнических процессов, которые способны популяризировать традиционно-этнический и современный опыт межкультурного и межэтнического коммуникативного взаимодействия. СМИ играют существенную роль в формировании и развитии межэтнических конфликтов.

В условиях интенсификации напряженности межэтнических или, в широком смысле, межцивилизационных отношений в современном глобализирующемся мире не только неизмеримо возрастает роль, но и увеличивается мера социальной и профессиональной ответственности СМИ как важнейшего инструмента социальной консолидации и обеспечения стабильности межнационального взаимодействия.

СМИ играют значительную роль в формировании национального самосознания и являются одним из основных средств познания и самопознания нации, этнической группы, ее культуры, исторической судьбы, перспективы развития в процессе этнической идентификации.

Национальное телевидение как один из видов средств массовой информации предполагает вещание на национальных языках тех или иных этнических групп, а также отражает и организует этнический дискурс. Посредством национального телевизионного вещания могут обостряться межэтнические отношения в силу предвзятого отражения этнических и этнокультурных процессов, а также излишнего неоправданного акцентирования на этничности и необъективной оценке этнических групп, подчеркивающих превосходство одних над другими.

Изучение обозначенной темы – это не только реализация общественной

востребованности сохранения исторической и культурной памяти народа, но и анализ проблем этнического самосознания и самоидентификации народов, толерантного взаимодействия народов, межэтнического диалога, что носит также и прогностическое значение.

Любая этническая группа, объединенная схожестью языка, обычаев, мифов, легенд и верований, стремится к самовыражению, что в большей степени организовывается сегодня через СМИ на родных языках. Из всех СМИ достижению цели публичного самовыражения народа больше всего способствует телевидение. Его аудиовизуальная природа, во-первых, позволяет слышать родную речь, как в литературных, так и разговорных формах, во-вторых, телевидение дает возможность увидеть на экране человека своей национальности, с которым можно наиболее полно идентифицировать себя, сравнить свои жизненные цели и ориентиры.

Таким образом, актуальность обозначенной проблематики обуславливается масштабными ресурсами влияния национального телевидения на этнические процессы и этническую идентификацию.

Особую актуальность такое исследование имеет для Республики Бурятия, в которой межэтнические отношения являются важной сферой социальных, общественно-политических отношений.

Степень научной разработанности проблемы

На сегодняшний день вопросу изучения воздействия национального телевидения на этническую идентичность личности в целом было уделено мало внимания со стороны специалистов как в области этнической журналистики, так и в области этносоциологии.

Следует отметить, что в отечественной научной литературе вопрос о развитии средств массовой информации в этнополитических, этнокультурных и этноконфессиональных процессах как самостоятельный предмет находит свое отражение в работах ученых по национальной проблематике. Наиболее известные авторы, внесшие значительный вклад в разработку концептуальных основ национальной политики, в развитие

этнических СМИ в этнополитических процессах – Р. Абдулатипов, В.А. Тишков, И.В. Арутюнян, Л.М. Дробижева, В.М. Межуев, Н.Н. Моисеев, В.П. Торукало¹.

Среди зарубежных авторов, анализировавших в своих трудах проблему идентичности, необходимо выделить французского психолога С. Московичи, предложившего идею организации сознания индивида по типу идентификационной матрицы², французского социолога А. Турена, определившего идентичность как «осознанное самоопределение социального субъекта»³. З. Фрейда, рассматривавшего идентификацию в психоанализе, представленную как механизм формирования родового самосознания и эмоциональной привязанности к другим людям⁴. Последователя психоаналитического направления, выдвинувшего понятие «кризис идентичности», Э. Эриксона⁵.

Среди отечественных авторов, в первую очередь, необходимо отметить Ю.В. Бромлей⁶, внесшего существенный вклад в определение сущности понятия «этническая идентификация». Соотношение гражданской и этнической идентичностей рассмотрено в работах Ю.В. Арутюняна, М.Н. Губогло, А.Г. Здравомыслова⁷. Г.У. Солдатова рассматривает межэтническую идентичность, отмечая ее мифологичность, обращенность в прошлое или миф об общих культуре, происхождении, истории⁸.

Среди опубликованных работ, в той или иной степени затрагивающих

¹ Абдулатипов Р.Г., Михайлов В.А., Чичановский А.А., Национальная политика Российской Федерации: от концепции к реализации. – М., 1997; *Абдулатипов Р.Г.* Национальный вопрос и государственное устройство России. – М., 2000. – С. 547-546; *Его же.* Природа и парадоксы национального «Я». М., 1991; *Его же.* Человек. Нация. Общество. М., 1991; *Его же.* Заговор против нации: национальное и националистическое в судьбах народов. СПб., 1992; *Его же.* Власть и совесть. Политики, люди и народы в лабиринтах смутного времени. М., 1994; *Его же.* Парадоксы суверенитета. Перспективы человека, нации, государства. М., 1995; *Его же.* Позывные разума. М., 1996; *Его же.* Нация и национализм: добро и зло в национальном вопросе. М., 1999; *Арутюнян Ю.В., Дробижева Л.М.* Многообразие культурной жизни народов СССР. – М., 1987; *Тишков В.А.* Очерки истории и политики этничности в России. – М., 1997; *Его же.* Концептуальная революция национальной политики в России // *Федерализм.* – 1997. № 7; *Торукало В.П.* Нация: история и современность. – М., 1996; *Ее же.* Национально-культурная политика в регионе: опыт, проблемы, тенденции. – Оренбург, 1995.

² Социальная психология: сб. ст. / сост. и ред. С.Московичи ; пер. с фр. Т. Смолянская. – СПб.: Питер, 2006. – С.84.

³ Touraine A. Production de la societe.Paris, 1973. P.360.

⁴ Фрейд З. «Я» и «Оно». – М.: Азбука, 2002.

⁵ Erikson E. Ethnicity and Nationalism: Anthropological Perspectives. – London: Pluto Press, 1993. – P. 675-679.

⁶ Бромлей Ю.В. Очерки теории этноса. – М.: Наука, 1983. – 412 с.

⁷ Губогло М.Н. Этническая идентичность // Идентификация идентичности: этносоциологические очерки. – М.: Наука, 2003. – С. 195-251; *Здравомыслов А.Г.* Этнополитические процессы и динамика национального самосознания россиян // *Социс.* – 1996. – № 12. – С. 23-33.

⁸ Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. – М.: Смысл, 1998. – С. 48.

проблематику национального телевидения, немного публикаций регионального характера. Большинство публикаций подобного рода посвящено массовым, информационным процессам и проблемам функционирования средств массовой информации в общероссийском масштабе.

Роль и значимость СМИ как социально-политического института, важнейшего канала массовой коммуникации рассмотрены в трудах Г. Алмонда, П.Л. Бергера и Т. Лукмана, Д. Вольтона, Г. Лассуэла, У. Липпмана, Н. Лумана, М. Маклюэна, П. Монро, О. Руна, М. Томпсона⁹.

А. де Токвиль, наблюдавший становление демократии в Америке, полагал, что в СМИ есть уникальный потенциал общественной солидарности¹⁰.

П. Бурдьё в ряде работ говорит о неравенстве в средствах производства восприятия и видения мира и рейтинговом менталитете СМИ. По его мнению, приоритетными направлениями в деятельности СМИ, благодаря их мультимедийной природе и особенностям функционирования, в условиях глобализации остаются эффективное политическое манипулирование, преодолевающее границы суверенных государств и направленное на выполнение поставленных геополитических задач, прежде всего с помощью информационно-пропагандистских, медийных технологий¹¹.

Существенный вклад в теоретико-методологический и прикладной анализ проблематики участия СМИ в социально-политических процессах внесли

⁹ См.: G. Almond *The Civic Culture Revisited*. 1980. Little, Brown (ed. with Sidney Verba); *Алмонд Г. Политическая наука: история дисциплины* // Полис. 1997. № 6. С. 175-183; *Бергер П.Л., Лукман Т. Социальное конструирование реальности*. – М., 1995. – С. 112-115; *Wolton D. Penser de la communication*. – Р., 1997; *Lasswell D. Harold Psychopathology and Politics*, The University of Chicago Press, Chicago and London, 1977 / пер. Т.Н. Самсоновой, Н.В. Коротковой // Постскриптум. 2005; *Липпман У. Общественное мнение* / пер. с англ. Т.В. Барчунова; под ред. К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.; *Луман Н. Реальность массмедиа* / пер. с нем. А.Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2005. – С.11-15; *Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека*: пер. с англ. В.Г. Николаева. – М., 2003; *Маклюэн М. Средство есть сообщение* // Психология телевизионной коммуникации / Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. – М.: РИП-холдинг, 2002. – С.303-315 (Сер. «Академия рекламы»); *Монро П. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность*. Центр «Право и средства массовой информации» / пер. С. Аникеев. – 2000. С. 74; *Рун О. Образы врага и журналистский процесс* // Пресса и этническая толерантность / ред. В.К. Малькова. – М.: НИИ, 2000; *Томпсон М. Оболганная война: СМИ Сербии, Хорватии и Боснии-Герцеговины*.

¹⁰ Токвиль А. де. *Демократия в Америке*. – М., 1992. – С.208.

¹¹ Бурдьё П. *Социология политики*: пер. с фр. / сост., общ. ред. и предисл. Н.А. Шматко. – М.: Socio-Logos, 1993. – С. 127; *О телевидении и журналистике*. – М., 2002. – 160 с.

отечественные исследователи Б.М. Березин, Р.А. Борецкий, Я.Н. Засурский, И.Г. Кацев, С.Г. Корконосенко, Е.П. Прохорова, Т.В. Науменко, В.Д. Попов, Г.Г. Почепцов, А.И. Соловьев¹².

Изучению специфики телевизионной коммуникации, взаимодействию телеведущих с телезрителем, жанрово-тематических особенностей телевидения посвящены труды Н.Н. Богомоловой, В.М. Вильчека, В.В. Егорова, О. Нечая, В.В. Саппака¹³. Фундаментальными в разработке особенностей национального, межнационального телевидения считаются труды В.Л. Цвика¹⁴.

Ряд исследователей рассматривает современное телевидение в регионах, обращая особое внимание на развитие региональных этнических процессов¹⁵.

В Республике Бурятия также имеется некоторое количество опубликованных работ, затрагивающих в той или иной степени проблематику взаимодействия СМИ с политикой и этничностью. Это работы Л.В. Бадмаевой, Т.Ж. Бальжировой, О.О. Гомбоевой, С.Ю. Лепехова, С.С. Халтановой¹⁶, коллективные монографии и сборники под

¹² Березин В.М. Теория массовой коммуникации. – М., 2002. – С. 11-13; *Борецкий Р.А.* Телевидение как социальная технология и социальный институт // *Телерадиоэфир: история и современность.* – М., 2005. – С. 270; *Средства массовой информации постсоветской России / Я.Н. Засурский [и др.].* – М.: Аспект Пресс, 2002. С. 303; *Кацев И.Г.* История российского телевидения (1917-2000). – М., 2004. – С. 250; *Корконосенко С.Г.* Журналистика и демократия. – М., 2001. – С. 2-6; *Прохорова Е.П.* Введение в теорию журналистики. – М., 2003. – С. 40-48; *Науменко Т.В.* Массовая коммуникация: теоретико-методологический анализ. – М., 2003; *Попов В.Д.* Информациология и информационная политика. – М., 2001. – С. 38; *Почепцов Г.Г.* Теория коммуникации. – М., 2001. – С. 192; *Соловьев А.И.* Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // *Полис.* 2002. №3.

¹³ Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – С. 148; *Вильчек В.М.* Под знаком ТВ. – М.: Искусство, 1987. – С. 298; *Егоров В.В.* Телевидение. Страницы истории. – М.: Аспект пресс, 2004. – С. 180; *Егоров В.В.* Телевидение между прошлым и будущим. – М.: Воскресенье, 1999. – С. 224; *Нечай О.* Ракурсы. – М.: Искусство, 1990. – С.77; *Саппак В.В.* Телевидение и мы. – М.: Искусство, 1963. – С.19-28.

¹⁴ Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. История. Теория. Практика. – М.: Аспект пресс, 2004. – С. 176; *Его же.* Телевизионная журналистика. 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2009. – С.310.

¹⁵ Блохин И.Н. Этножурналистика в политических процессах: ролевой анализ: дис. ... д-ра полит. наук. – СПб., 2009; *Дряхлова Л.Д.* Национальное телевидение в условиях региональной полилингвистики (на примере Республики Мордовия): дис. ... канд. филол. наук. – М., 2010; *Ершов Ю.М.* Особенности национальной идентичности телевидения в России // *Вестник Томск. гос. ун-та.* Вып. 2 Филология. 2012; *Мадьяров А.Б.* Влияние СМИ на формирование идеологии межэтнического согласия: дис. ... канд. социол. наук. – Казань, 1998; *Мещерякова С.Н.* Российские средства массовой информации в институционально-правовом обеспечении межнационального согласия: дис. ... канд. юр. наук. – Ростов н/Д., 2005.

¹⁶ Бадмаева Л.В. Региональные СМИ и аудитория: особенности функционирования в период трансформации российского общества: на материалах Республики Бурятия: дис. ... канд. социол. наук. – Улан-Удэ, 2004; *Бальжирова Т.Ж.* Интернет как средство социальной коммуникации в условиях формирующегося в России информационного общества: дис. ... канд. социол. наук. – Улан-Удэ, 2003; *Гомбоева О.О.* Роль телевидения в формировании ценностных ориентаций современного студенчества: на материалах Республики Бурятия: дис. ... канд. социол. наук. – Улан-Удэ, 2007; *Лепехов С.Ю.* Влияние средств массовой информации на общественное мнение // *Общественное мнение жителей Бурятии на рубеже веков: сб. док. и сообщ. регион. семинара.* – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2002; *Халтанова С.С.* Роль

редакцией Б.В. Базарова, Ц.Б. Будаевой, Л.В. Кураса, И.И. Осинского, Ц.Ц. Чойропова¹⁷.

К числу основополагающих факторов для нашего исследования следует отнести анализ различных аспектов этничности бурят, идентификации, межэтнических взаимодействий, которым занимаются Д.Д. Амоголонова, Д.Ц. Бороноева, Г.А. Дырхеева, И.Э. Елаева, П.К. Варнавский, Т.Д. Скрынникова, Д.Л. Хилханов¹⁸.

Особый вклад в разработку средств массовой информации в формате этнополитических процессов, изучение функционирования СМИ на региональном уровне в новой формации внес Э.Д. Дагбаев¹⁹, который рассматривает средства массовой информации как субъект общественно-политических и этнополитических отношений в регионах РФ.

Все отмеченные труды исследователей составили определенную базу в исследованиях автора. Ценность всех указанных работ заключается прежде всего в том, что они позволяют провести анализ национального телевидения как вида СМИ на региональном уровне и создают предпосылки для обобщения и выводов по проблематике исследования.

Потребность в уточнении места и роли национального телевидения как

региональных СМИ в политической жизни России: дис. ... канд. социол. наук. – М., 2009.

¹⁷ Общественное мнение жителей Бурятии на рубеже веков: сб. докл. и сообщ. регион. семинара / под ред. И.И. Осинского, Б.В. Базарова, Ц.Б. Будаевой. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2002; *Малый бизнес в Бурятии: современное состояние и проблемы развития* / ответ. ред. Ц.Ц. Чойропов, Ц.Ц. Будаева. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 1998; *Общественные перемены Бурятии в условиях трансформации российского общества* / под ред. Ц.Ц. Чойропова. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 1998; *Общественные перемены Бурятии в условиях трансформации российского общества на рубеже веков* / под ред. Л.В. Кураса. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2002.

¹⁸ Амоголонова Д.Д. Бурятская этносфера. Постсоветское социокультурное пространство. – М.: Книга по требованию, 2011. – 516 с.; Бороноева Д.Ц. Динамика пространственно-временной локализации бурят Внутренней Монголии КНР: историко-культурологический анализ: дис. ... канд. ист. наук. – Улан-Удэ, 2000. – 174 с.; Бороноева Д.Ц. Динамика пространственно-временной локализации бурят Внутренней Монголии КНР: историко-культурологический анализ: дис. ... канд. ист. наук. – Улан-Удэ, 2000. – 174 с.; Дырхеева Г.А. Бурятско-русский билингвизм: психолингвистический аспект. – Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 2010. – 166 с.; Елаева И.Э. Теоретические подходы к изучению этнической идентичности в отечественной науке // Этнологические исследования. – Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 2000. – Вып. 1. – С.28-66; Елаева И.Э. Этническая идентичность бурят в постсоветский период // Буряты / отв. ред. Л.Л. Абаева, Н.Л. Жуковская; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая. – М.: Наука, 2004. – С. 577-587; Варнавский П.К., Дырхеева Г.А., Скрынникова Т.Д. Бурятская этничность в контексте социокультурной модернизации (конец XIX – первая треть XX вв.). – Иркутск : Оттиск, 2003. – 242 с.; Скрынникова Т.Д. Этничность в самоидентификации бурят // Бурятская этничность в контексте социокультурной модернизации бурят в начале XX века. – Иркутск : Оттиск, 2003. – С. 22-89; Скрынникова Т.Д. Социокультурная модернизация XX в. и бурятская этничность // Цивилизационные процессы на Дальнем Востоке. Монголия и ее окружение; под ред. А.С. Железнякова, К.Б.-М. Митупова. – М.: Вост. лит-ра, 2005. – С.35-40; Хилханов Д.Л. Этническая идентичность и этносоциальные процессы в Бурятии: история и современность. – Улан-Удэ: ИПК ВСГАКИ, 2005. – 206 с.

¹⁹ Дагбаев Э.Д. Пресса и национально-политический процесс региона: опыт политологического и социологического анализа. Улан-Удэ, 1995; *Его же. Средства массовой коммуникации и власть*. Улан-Удэ. 1999; *Его же. Средства массовой информации: динамические модели политической коммуникации*. – Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 2004.

вида СМИ в этнических процессах российского общества, изучении их взаимовлияния на этническую идентификацию этнических групп и предопределила выбор автором темы диссертационной работы, ее цель, задачи и структуру.

Роль средств массовой информации в этнических процессах также рассмотрена в диссертационных исследованиях. Несмотря на проведенные научные исследования, рассмотрение национального телевидения, одного из видов средств массовой информации как фактора развития этнической идентификации этносов остается актуальным.

Таким образом, исследование представляет собой важное не только теоретическое, но также и практическое значение. Актуальность темы предполагает ее дальнейшую разработку и определяет объект, предмет, цель и задачи исследования.

Объект исследования: национальное телевидение как вид региональных средств массовой информации.

Предмет исследования: коммуникативное взаимодействие национального телевидения Республики Бурятия и телевизионной аудитории в контексте развития этнической идентификации бурят.

Цель диссертационного исследования: выявить и обосновать особенности коммуникативного взаимодействия национального телевидения и телевизионной аудитории по развитию этнической идентификации бурят.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач:**

- 1) определить основные характеристики и функции национального телевидения как социального института;
- 2) выявить теоретические подходы к определению понятия «идентификация», «этническая идентификация», «этническое самосознание»;
- 3) определить методику и технику исследования национального телевидения как фактора развития этнической идентификации;
- 4) охарактеризовать взаимоотношения между коммуникатором и аудиторией в рамках телевизионной массовой коммуникации;

5) выявить жанрово-тематические особенности национального телевидения как фактора, обуславливающего процесс развития этнической идентификации бурят;

б) обосновать национальное телевидение как средство становления межэтнического согласия в Республике Бурятия.

Теоретико-методологическую основу исследования составили научные труды отечественных и зарубежных авторов в области СМИ и этнической идентификации, а также нормативно-правовые акты материалы периодических изданий и интернет-ресурсы, в которых освещены проблемы воздействия средств массовой информации, в том числе телевидения, на разнообразные формы идентичностей, определяющих те или иные поведенческие стратегии этнических групп.

В качестве **эмпирического материала** выступили данные анкетного опроса представителей этнической группы бурят. Для проведения исследования была разработана анкета для потенциальной аудитории телеканалов Республики Бурятия, имеющих формат национального телевидения. Совокупное число респондентов составило 450 человек. Исследование проводилось с сентября 2011 г. по март 2012 г.

Кроме того, автором использовались документы, содержащие нормы международного права в области СМИ, законодательные и нормативные акты Российской Федерации, другие официальные документы, определяющие общие принципы и порядок регулирования СМИ, национальной политики, межнациональных отношений; текущие материалы органов государственной власти Республики Бурятия, материалы государственной и региональной статистики, внутренние документы региональных телекомпаний, публикации средств массовой информации, труды историко-этнографического, этнокультурного и социологического характера, содержащие данные о СМИ, региональном национальном телевидении, этнической идентификации, результаты вторичных социологических исследований по данной проблеме.

Научная новизна исследования состоит в том, что в данном диссертационном исследовании:

- 1) определена и раскрыта специфика регионального национального телевидения как социального института;
- 2) уточнено содержание понятия «этническая идентификация» с примордиальной и конструктивистской точек зрения, которые не исключают друг друга, а представляют интегрированную модель из наиболее важных аспектов;
- 3) определен инструментарий социологического исследования национального телевидения как фактора развития этнической идентификации;
- 4) выявлены и раскрыты основные коммуникативные особенности взаимодействия национального телевидения, включая жанровые и тематические особенности программ региональных телеканалов Республики Бурятия, имеющих формат национального телевидения, с телевизионной аудиторией в контексте этнических процессов;
- 5) выявлены коммуникативные особенности взаимодействия национального телевидения как средства становления межэтнического согласия в Республике Бурятия.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Национальное телевидение – это один из видов региональных СМИ, имеющий формат вещания на языке коренных народов российских национальных субъектов. Национальное телевидение является социальным институтом этнической общности, выполняющим разнообразные функции, влияющим информационным сообщением на консолидацию и интеграцию этнической группы и формирующим у телезрителя этническое самосознание. Главное преимущество национального телевидения в системе социального взаимодействия заключается в самой природе телевидения, позволяющей показывать события или явления в динамике и движении, сочетать зрительные и слуховые образы, основанные на принципе солидарности.

2. Этническая идентификация – процесс поиска индивидом или

этнической группой этноотличительных признаков самоопределения, которые характеризуются различиями в языке, во внешних антропологических данных, в религиозной и государственной принадлежности, традиционной культуре, территориальной обособленности, общем этническом самосознании, самоназвании, свойственных тому или иному этносу. На процесс развития этнической идентификации влияют не только «примордиальные» характеристики, представленные общими традициями этноса, бытовой культурой, языком, религией и др., а также и характеристики «конструктивизма», такие как средства массовой информации (в контексте нашей работы телевидение на родном языке этноса), национальная политика государства, система образования и т.д.

3. Коммуникативные взаимодействия национального телевидения и телевизионной аудитории имеют субъектно-объектные отношения между коммуникатором и аудиторией в рамках телевизионной массовой коммуникации. Национальное телевидение как один из видов региональных СМИ обладает наибольшим потенциалом (в сравнении с другими источниками идентификации) в формировании единого информационного пространства этноса и общей идентичности. Во внутриэтнической коммуникационной среде взаимодействия национального телевидения и телеаудитории тележурналисты и герои программ как коммуникаторы и субъекты этнического процесса играют одну из ведущих ролей: способствуют формированию представлений людей в области этнических отношений, несут в массовое сознание идеи гуманизма, демократизма и другие нормы гражданского общества.

4. На телеканалах, имеющих формат национального вещания, предоставляется значительный выбор телевизионной продукции с дифференциацией телевизионных жанров со своими собственными выразительными и техническими средствами и выбором рассматриваемых, затрагиваемых в национальных программах тем. В качестве основных жанров используют выступления политиков, представителей культуры и искусства в

информационных, информационно-аналитических, художественно-публицистических программах.

5. Национальное телевидение в процессе коммуникативного взаимодействия способствует формированию межэтнического согласия, взаимоуважения, становится ключевым консолидированным звеном в системе коммуникаций, объединяющей население региона на основе культурных ценностей, самобытных исторических традиций. Продукт национального телевидения позволяет аудитории включиться в толерантный межэтнический процесс, характерный для многонационального Российского государства.

Теоретическая и практическая значимость исследования состоит в том, что выводы могут использоваться в уточнении содержания следующих категорий: СМИ, национальное телевидение, этническая идентификация, этнический процесс и институты. Полученные результаты могут быть использованы при социологическом анализе актуальных проблем этнической культуры, а также в процессе анализа и решения комплекса социальных проблем в межкультурной коммуникации.

Отдельные тезисы и обобщения могут быть использованы при выработке важных аспектов для дальнейшего развития и функционирования национального телевидения с регулированием и искоренением различного рода межэтнических конфликтов. Материалы диссертации могут быть адресованы органам государственной власти и управления, средствам массовой информации, общественным организациям и движениям, экспертам. Также некоторые положения могут быть использованы в подготовке и чтении базовых лекционных курсов и спецкурсов по этнической журналистике.

Апробация работы. Основные положения и выводы диссертации обсуждены на региональных, межрегиональных, международных конференциях. Результаты исследования отражены в публикациях пятнадцати статей, из них три в рецензируемых научных изданиях,

включенных в список ВАК: «Вестник Бурятского университета» (2012, 2014 гг.):

1. Зандеева С.К. Особенности телевизионной аудитории Республики Бурятия // Вестник Бурятского университета. Серия Философия. Социология. Политология. Культурология. – Выпуск №6, Улан-Удэ, 2012.

2. Зандеева С.К. Роль средств массовой информации в процессе этнополитических конфликтов // Вестник Бурятского университета. Серия Философия. Социология. Политология. Культурология. – Выпуск №14, Улан-Удэ, 2012.

3. Зандеева С.К. Тематические и жанровые особенности телепрограмм на бурятском языке в Республике Бурятия // Вестник Бурятского университета. Серия Философия. Социология. Политология. Культурология. – Выпуск № 6 (1), Улан-Удэ, 2014.

Структура работы определена целями, общим замыслом и логикой работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и литературы, приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РОЛИ НАЦИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВЕЩАНИЯ В РАЗВИТИИ ЭТНИЧЕСКОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ

1.1. Специфика национального телевидения как социального института в этническом сообществе

Прежде чем перейти к рассмотрению национального телевидения в контексте социального устройства, жизнедеятельности любой нации и этноса, воздействия на все стороны жизни этноса, необходимо рассмотреть основные понятия, особенности и функции средств массовой информации и выявить тенденции развития в нем национального телевидения.

Как пишет Монро Прайса²⁰, каждое государство ведет со своими гражданами разговор о законности своего существования, этот разговор зачастую осуществляется через СМИ. Телевидение, в свою очередь, формирует отношение гражданина к своей семье, обществу, государству, правительству. При таком взаимоотношении с языком телевидения важную роль играет и национальная принадлежность, способствующая провозглашению национальной этнической идентичности.

Главная роль, которую социальные институты играют в обществе, заключается в снижении степени неопределенности путем установления устойчивой структуры взаимодействия между людьми, хотя при этом она не обязательно является эффективной²¹. То есть, если снижается степень эффективности, индивиды продолжают по привычке их воспроизводить, чем и объясняется устойчивость институтов.

Важнейшими социальными институтами следует назвать институты по обеспечению материальной жизнедеятельности общества (институт

²⁰ Монро П. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность. Центр «Право и средства массовой информации» (пер. Аникеев С.), 2000. С.74.

²¹ Дуглас Н. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / пер. с англ. А.Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б.Э. Мильнера. – М., 1997. – С.18.

экономики), по интеграции индивидов и социальных групп (политические и государственно-правовые институты), по сохранению культурных ценностей (институт культуры) и институт семьи и образования. Основными функциями социальных институтов в обществе, как правило, считаются функции управления и координирования.

Как отмечает теоретик С. С. Фролов, «социальный институт — это организованная система связей и социальных норм, которая объединяет значимые общественные ценности и процедуры, удовлетворяющие основным потребностям общества»²².

При создании различных «подсистем» социальных институтов, преследующих те или иные цели в обществе, рассматривается удовлетворение потребностей в этом же обществе, что зачастую достигается выполнением конкретных функций и целей.

По определению американского социолога Р. Мертона²³, различаются «явные» и «латентные» (скрытые) функции социальных институтов. Явные функции социальных институтов преднамеренны и осознаются людьми: формально заявлены, записаны в уставах или декларированы, закреплены в системе статусов и ролей и более подконтрольны обществу. Латентные (скрытые) функции являются «дополнительными»: не запланированы заранее, носят непреднамеренный характер и их последствия осознаются не сразу и не всегда, а порой и вовсе остаются неосознанными до конца.

Известный социолог Г. Ленски рассматривал процесс институционализации, то есть процесс образования новых социальных институтов, как «потребность в коммуникации (язык, образование, связь, транспорт); потребность в производстве продуктов и услуг; потребность в распределении благ (и привилегий), потребность в безопасности граждан, защите их жизни и благополучия, потребность в поддержании системы

²² Фролов С.С. Социология. М.: Наука, 1994. С. 84

²³ Американская социологическая мысль. – М., 1996. С. 428

неравенства (размещении общественных групп по позициям, статусам в зависимости от разных критериев); потребность в социальном контроле за поведением членов общества (религия, мораль, право, пенитенциарная система)»²⁴.

В отечественной социологии подробно рассмотрено функционирование социального института, однако, из-за сложности такого явления как коммуникация, нет общепринятого подхода относительно функционирования института телевидения.

Коммуникация выступает важнейшим компонентом социального взаимодействия в обществе. Несмотря на то, что в каких-то ситуациях возможно взаимодействие без коммуникации, все же в подавляющем большинстве случаев социальные контакты включают коммуникацию.

В контексте нашей работы понятия теории массовой коммуникации и информации являются базовыми понятиями и принципами, без которых трудно исследовать специфику телевидения как социального института в каждом отдельно взятом регионе в рамках культурно-исторической и этнической ситуации.

Массовая коммуникация развивается на основе использования технических средств передачи и размножения информации и является наиболее эффективным средством контроля общественного сознания и социального поведения. Для исследования необходимо обратиться к следующим определениям массовой коммуникации: «Массовая коммуникация – это систематическое распространение сообщений (через радио, телевидение, печать, кино, звукозапись, видеозапись) среди численно больших, рассредоточенных аудиторий с целью утверждения духовных ценностей и оказания идеологического, политического и экономического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведения людей»²⁵;

²⁴ Lenski G.E. Power and Privilege. A Theory of Social Stratification. N.Y., St. Louis, San Francisco, Toronto, L., Sydney: McGraw-Hill Book Company, 1966.

²⁵ Науменко Т. Социология массовой коммуникации в структуре социологического знания // Социо. – 2003. - № 10. – С.42.

«массовая коммуникация – социально обусловленное явление, основной функцией которого является воздействие на аудиторию через содержание передаваемой информации»²⁶.

Различают два основных подхода в теории массовой коммуникации:

1. *Человеко-ориентированный* подход, когда общество выборочно воспринимает поступающую информацию и приспособливает средства массовой коммуникации к своим нуждам и потребностям. При данном подходе, люди выбирают ту часть информации, которая совпадает с их мнением, и отвергают ту, которая в это мнение не укладывается.

2. *Медиа-ориентированный* подход, представителем которого является Герберт Маршал Маклюэн, обозначает, что человек подчиняется действию средств массовой коммуникации, которые воздействуют на него.

Как полагает Г. Маклюэн «телевидение - это не труба, по которой можно передавать все, что угодно. При передаче сообщения техническое средство не нейтрально, а передает сообщению свои свойства. Все, что передается по телевидению, само становится телегенным. Телевидение, собирая на экране все времена и пространства сразу, сталкивает их в сознании телезрителей, придавая значимость даже обыденному»²⁷. Он одним из первых обратил внимание на роль средств массовой коммуникации, как фактора формирующего сознание общества независимо от содержания сообщения.

При просмотре телезрителем новостей о том, что что-то, где-то произошло, телевидением сообщается конечный результат. В сознании телезрителя создается иллюзия, что показ того или иного события ведет к данному результату, то есть реакция предшествует акции. Телезритель соотносит разрозненные сообщения между собой, формируя «шарообразный космос мгновенно возникающих взаимосвязей».

²⁶ Конечная В.П. Социология коммуникации. М.: «Международный университет бизнеса и управления», 1997. – С.200.

²⁷ Маклюэн М. Средство есть сообщение // Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. М.: РИП-холдинг, 2002. - С.303-315. - (Серия «Академия рекламы»).

На восприятие информации телезрителем оказывают влияние его социальные установки, жизненный опыт, память и скорость восприятия. Таким образом, телевидение активно влияет на пространственно-временную организацию восприятия информации и за счёт средств массовой коммуникации происходит конструирование реальности и формируется мифологическое пространство.

При этом Г. Маклюэн довольно пессимистично отзывался о практических достижениях телевидения. «Телевизионное поколение, - по мнению Г. Маклюэна, - с одной стороны, – творец настоящего, а с другой, – его жертва»²⁸.

По мнению Г. Маклюэна именно создающийся наиболее органичный для человека миф выступает способом восприятия мира. При этом отмечается вездесущность средства массовой коммуникации в созданном мифотворчестве. Через средства массовой коммуникации телезритель проникается иллюзией собственной проницаемости, исключительности, просвещенности.

Взаимосвязь коммуникации с информацией заключается в том, что информация может осуществляться в трех коммуникативных формах: 1) *монологической*, где происходит однонаправленная передача информации от организатора общения на получателя информации; 2) *диалогической*, в которой субъекты общения взаимодействуют и взаимно активны, то есть происходит обмен информацией; 3) *полилогической* – организации многостороннего общения. Данная коммуникативная форма информации носит характер борьбы за овладение инициативой и связана с максимально эффективной ее реализацией.

Таким образом, можно выделить следующие цели *коммуникации*: обмен и передача информации; развитие профессиональных качеств; обмен деятельностью, средствами, технологиями; изменение ценностных установок

²⁸ Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. Пер. с англ. В.Г. Николаева. М. – 2003.

и мотивации поведения; формирование умений и навыков, формирование отношения к себе, к другим людям, к обществу в целом, обмен эмоциями.

Исходя из целей сообщения, выделяются пять моделей коммуникации: познавательная, суггестивная, ритуальная, убеждающая, экспрессивная. Для каждой из этих моделей характерны свои цели и ожидаемый результат, коммуникативные формы, средства и условия организации.

Как полагают исследователи Б. Дубин и А. Рейтблат²⁹, массовые коммуникации – это один из институтов, обеспечивающих поддержание и воспроизводство массового общества, наряду с такими институтами, как массовое образование, массовое политическое участие и т.д.

И в современном обществе, формирующиеся институты массовой коммуникации, играют достаточно важную роль и выполняют функции интеграции, формирования общественного мнения, поддержания культурной и национальной идентичности, обеспечения политического участия, информационную, рекреационную, социализирующую функции.

Средства массовой коммуникации (далее СМК) выступают сегментом массового общества. Благодаря деятельности институтов массовой коммуникации формируется единое информационное пространство, объединяющее индивидов и группы.

Также СМК способствуют формированию консолидированного общественного мнения, посредством информирования массовой аудитории о тех или иных социально-значимых событиях, оказывая огромное влияние на мнения и убеждения людей. Помимо информирования СМК создают и транслируют культурные ценности, способствуя воспроизводству культуры того сообщества, в котором они функционируют.

Как полагает В.В. Касьянов, «единство культуры лежит в основе национального единства. Поэтому поддержание традиционных культурных ценностей, культурного своеобразия – неотъемлемый элемент формирования

²⁹ Дубин Б.В., Рейтблат А. Государственная информация и массовая коммуникация // Отечественные записки 2003. № 4.

и укрепления национальной идентичности – чувства принадлежности к своему народу на основе осознания общности культуры и исторической судьбы»³⁰.

Таким образом, СМК способствуют развитию и воспроизводству национальных языков, установлению языковых и стилистических стандартов. Социализирующая функция СМК подразумевает воздействие на ценности и установки, изменение привычных убеждений, мировоззрений. Продукция СМК служит источником новой информации и материалом для построения собственной идентичности.

За счет информирования аудитории о политической, экономической, культурной, общественной жизни, создают картину мира своей аудитории. Так, предоставляя аудитории возможности получения политической информации, СМК могут быть использованы для идеологического воздействия на массовое сознание, выступая при этом весьма удобным механизмом для политической пропаганды. Кроме того, СМК формируют индустрию развлечения, или индустрию досуга, так как большая часть транслируемой информации имеет развлекательный характер.

Наиболее полно и всеобъемлюще раскрывают функции средств массовой коммуникации и выполняют коммуникативную связь между людьми в обществе средства массовой информации.

Итак, средства массовой информации – это технические средства фиксации, копирования, тиражирования, хранения текстов и системного, постоянного распространения целостного потока информации, адресованного массовой аудитории. К СМИ относятся периодическая печать, радио, телевидение и интернет-издания. Поскольку в наш технический век все эти средства отличаются друг от друга специфическими особенностями, все это требует разграничения СМИ на электронные и печатные средства массовой информации (прессу). Общей отличительной особенностью СМИ является обеспечение регулярности и тиражированности информации,

³⁰ Касьянов В.В. Социология массовой коммуникации. – Ростов н/Д: Феникс, 2009.- С.29.

благодаря чему они и становятся мощным механизмом воздействия на массовую аудиторию.

С этих позиций необходимо разграничивать понятия средства массовой коммуникации и средства массовой информации. В данном исследовании СМИ рассматривается как элемент средств массовой коммуникации.

Достаточно широкий диапазон смысловой информации и возможности передачи информации делает СМИ весьма привлекательными для аудитории и повышает её мотивированность. Под воздействием СМИ изменяется не только сознание людей, но и их психологические характеристики, свойства, состояние. Потребитель информации воспринимает идеи и образы, распространяемые СМИ не только через призму своего мировоззрения, но и через психологический настрой: «СМИ в социально-психологическом плане обладают рядом важных дополнительных возможностей в сравнении с традиционными видами межличностной и публичной коммуникации. Как социальный институт в системе коммуникации они в широких масштабах выполняют функции идеологического и политического влияния, поддержания социальной общности, организации, информирования, просвещения, развлечения»³¹.

Как полагает Г.С. Мельник, «СМИ – огромная часть социальной коммуникации, принявшая на себя устные, письменные и визуальные функции. СМИ передают не только объективную, но и субъективную информацию, поскольку, содержание информации – результат процесса мышления. Коммуникатор обязательно окрашивает сообщение субъективной формой, которая отображает не предмет информации, а специфику её восприятия»³².

В современном обществе средства массовой информации рассматривают как «четвертую власть». Как полагает исследователь Л. Варустин, СМИ можно условно назвать «четвертой властью» только на

³¹ Мельник Г.С. Mass Media: Психологические процессы и эффекты. – СПб.: Изд-во С. Петербургского ун-та, 1996. – С.5.

³² Там же. – С.10.

основании того, что они «влияя на формирование убеждений и поведение людей, выполняют управленческую, властную функцию опосредованно, духовно воздействуя на сознание и эмоциональную сферу людей, меняя, таким образом, сложившиеся у них установки и стереотипы мышления; но при этом СМИ сохраняет родство с другими ветвями власти: общее у них – верность закону, защита свобод, прав личности и демократического государства³³».

СМИ являются манипулятором в отношениях между людьми, соответственно являясь одним из основных детерминант, формирующим общественное мнение.

Так, анализируя в своих исследованиях функции региональных национальных СМИ, Э.Д. Дагбаев³⁴ выделяет формирование прессой общественного мнения и национального самосознания как фактора национально-политического процесса и строительства национальной государственности. На основании исследования роли прессы в политическом развитии национального субъекта Э.Д. Дагбаев полагает, что пресса в современных условиях обретает новую функцию институциональной деятельности и «институциональная деятельность прессы проявляется в конкретных политических актах и действиях печати, предлагаемых ею вариантах решения политических проблем. Как политический институт пресса представляет конкретные политические силы, группы давления»³⁵.

Основываясь на результатах исследований Э.Д. Дагбаева, мы полагаем, что в различных так называемых «деликатных» вопросах, к которым в первую очередь можно отнести и национальный вопрос, роль СМИ возрастает в сотни раз и институциональные функции СМИ как «четвертой власти» актуализируются. Поэтому, в периоды этнополитических

³³ Варустин Л. Четвертая власть. Место прессы на древе государственности// Четвертая власть. 1996. №1.

³⁴ Дагбаев Э.Д. Пресса и национально-политический процесс региона: Опыт политологического и социологического анализа. Улан-Удэ, 1995. – С. 55-84.

³⁵ Там же. – С. 97.

конфликтов влияние СМИ на развитие общественных процессов сравнимо с властью, так как СМИ могут духовно или идейно объединить или расколоть общество.

Как отмечает В.Л. Цвик³⁶, основными социальными функциями одного из видов СМИ, телевидения, следует назвать информационную, пропагандистскую или социально-педагогическую, организаторскую, рекреативную, культурно-просветительскую, интегративную, образовательную функции и функцию социального управления. Каждая из этих функций решает определённый круг задач и фактически все функции телевидения пересекаются между собой.

Информационная функция современных СМИ определена Декларацией прав человека и записана в конституциях всех демократических государств. То есть каждый человек имеет право на получение информации, при этом информирование аудитории выходит за пределы чисто новостных программ. В контексте нашего исследования необходимо отметить права российских граждан, проживающих в национальных республиках, принадлежащих определённым этническим группам, на получение объективной, достоверной, неинтерпретированной в угоду тому или иному политическому течению, не разжигающей межнациональных этнических конфликтов и не принижающей ту или иную этническую нацию, информации на родном языке. Национальное телевидение как вид СМИ, не только информирует, но и влияет информационным сообщением на консолидацию этнической группы. При этом, если присутствует излишнее акцентирование на превосходстве одних над другими, то это может привести в состояние конфронтации и конфликта между группами, противопоставленными по национальным мотивам.

Сутью пропагандистской или социально-педагогической функции является постоянное и целенаправленное воздействие на аудиторию с целью утверждения определенного образа жизни, политических и духовно-

³⁶ Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2009. С. 199-206.

нравственных ценностей. Вполне естественно, что телеканалы, имеющие формат национального телевидения, с помощью пропагандистской функции активно поддерживают и формируют этническое самосознание, в разных контекстах повторяя и внушая идею «мы», как бы очерчивая, что нас объединяет язык, история, культура, традиции, национальные герои, что мы не должны забывать своих корней и принадлежность к одному народу.

Организаторские возможности СМИ демонстрируются при распространении правовых знаний или проведении пропагандистских кампаний. Консолидация, сохранение и формирование этнической идентичности, объединение представителей национальностей, мобилизация их для каких-либо социально-значимых, политических акций, отстаивание их прав и интересов в полиэтническом пространстве как раз-таки реализуется за счет организаторских функций национального телевидения.

Следующая рекреативная функция СМИ, другими словами функция развлечения, также естественна, как естественно стремление человека к отдыху. При этом для национальных телепрограмм важно, когда функция развлечения «перетекает» в культурно-просветительскую функцию. Элементы культурно-просветительской функции присутствуют во многих телепрограммах на бурятском языке. Культурно-просветительская функция пересекается и с образовательной функцией, однако, к последней относятся еще и передачи с дидактическим материалом, рассчитанные на детскую и молодежную аудиторию.

Как отмечает В.Л. Цвик, одной из самых значимых функций отмечается интегративная функция СМИ. Так как в современном обществе, разобщенном государственными границами, национальными особенностями, религиозными пристрастиями и материальным неравенством, ни один идеологический институт не может сыграть той консолидирующей роли, какую играют средства массовой информации. «Интегративная (консолидирующая, объединяющая) функция должна решаться всей совокупностью газетно-журнальных, радио- и телевизионных материалов,

разделов и направлений журналистской работы в каждом органе массовой информации и всей системе средств массовой информации. Эта функция - главенствующая в формировании идейной позиции издания, программной и вещательной политики телерадиоканалов. Каждая редакция в полной мере должна осознавать собственную ответственность при использовании материалов, рассказывающих о национальном противостоянии, различных разногласиях, межгосударственных и межрегиональных проблемах, религиозной нетерпимости и т. д.³⁷». Таким образом, посредством интегративной функции национального телевидения широкая аудитория объединяется в единую социальную систему, а этнос еще и вырождается как специфическая социальная общность.

Следующая функция социального управления подразумевает обязанность и ответственность СМИ донести до граждан общеобязательные нормативные акты, разъяснение законодательства и мобилизации населения на их исполнение. Одним словом, функция социального управления предполагает искоренение правового нигилизма.

Рассмотрев функции СМИ, необходимо отметить, что все функции дают общее представление о телевидении, в частности о национальном телевидении, как о социальном институте. В свою очередь, чтобы адекватно оценить национальное телевидение как социальный институт, необходимо проанализировать характерные для телевидения свойства социальных институтов.

Во-первых, социальные институты имеют набор специфических социальных норм, регулирующих определенные типы поведения, правила, законы, регламенты, положения.

Деятельность национального телевидения регулируется и контролируется правительственными структурами. Ответственность за национальное вещание в регионах лежит на специальных комитетах, состав которых согласовывается членами правительства. Контроль осуществляется

³⁷ Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2009. С. 205.

выдачей лицензий вещателям и последующим регулированием выполнения условий лицензии, субсидированием из государственного бюджета национальных телепроектов.

Во-вторых, поскольку социальный институт имеет высокую степень интеграции в социально-политическую, идеологическую структуры общества, а СМИ полифункциональны и совмещают явные и латентные функции социальных институтов, то национальное телевидение в данном случае выступает в роли эффективного инструмента, воздействующего на общественное мнение целевой аудитории.

Следующим условием развития института является наличие ресурсов (материальных, трудовых, организационных), которые общество должно постоянно пополнять. Национальное телевидение основывается на широкой материально-технической базе, которое позволяет системно осуществлять подготовку телепрограмм и передачу телесигналов с соответствующим звуком и изображением.

Как правило, все социальные институты выполняют полезные, необходимые, жизненно важные функции, удовлетворяя при этом различные потребности общества. Одна из основных потребностей общества – потребность в получении информации и коммуникации, осуществляется институтом телевидения. Национальное телевидение на языке коренных народов в национальных республиках помимо вышеназванных значимых функций осуществляет интеграцию и консолидацию этносов. Следует также добавить функции трансляции и формирования у представителей тех или иных этносов установок идентификации (вещание на родном языке этносов, возможность увидеть на экране человека своей национальности, трансляция традиций и обычаев, социально-политических тем, затрагивающих жизнедеятельность этносов).

На современном этапе развития телевидения в целом необходимо по-новому подойти к изучению роли и функций национального телевидения в этническом сообществе, а также рассмотреть их государственную трактовку

в различные исторические периоды. Телевещание на языке коренных народов исторически зависело и во многом сейчас продолжает зависеть от национальной политики государства. Многонациональный характер советского телевидения декларировался как некая данность, не требующая научного осмысления. Внешне весьма убедительно утверждалось о формировании социалистических наций в новую историческую общность – советский народ.

В советское время велась официальная советская пропаганда, что только в нашей стране справедливо и всесторонне решены национальные проблемы, и телевещание ведется на всех языках титульных наций этнических республик.

Как отмечает Цвик В.Л., появление телевидения, не знающего границ средства общения миллионов людей, городов и весей, краев и республик, стран и народов – казалось нетерпеливым сторонникам «сближения» и «слияния» символом всеобщей интернационализации, утверждающим, кстати, только то, что дозволено утверждать, не просто адекватно отражающим реальную действительность, но создающим её³⁸.

Будучи одним из наиболее совершенных на сегодняшний день средств отражения реальной действительности, жизни общества во всех её проявлениях, телевидение в то же время представляет собой богатейший источник информации, удобный инструмент изучения общества, его развития. ТВ одновременно и отражает животрепещущие проблемы современности, и оказывает существенное влияние на возникновение определённых потребностей у тех или иных слоев общества³⁹.

Наиболее точное определение советскому телевидению с коммуникацией дает доктор исторических наук В. Егоров: «Телевидение – создание и массовое распространение аудиовизуальной информации в определенной системе взаимодействия с аудиторией. Под аудиовизуальной

³⁸ Цвик В.Л. «История телевидения». - 2004. - С.9

³⁹ Система средств массовой информации. Под ред. Засурского Я.Н. – М. 2001. - С. 173.

информацией подразумевается любое предоставление в распоряжение населения или отдельных лиц средствами ТВ, техники знаков, сигналов, изображений, звуков или иных сообщений, не носящих характер частной корреспонденции»⁴⁰.

В целом телевидение представляет собой достаточно развитую систему, обладающую характерными признаками. Оно прошло несколько этапов в своей эволюции, развиваясь, как и любое другое явление реальной действительности, от простого к сложному.

Как только телевидение вышло из стадии технического эксперимента и обрело многомиллионную аудиторию, по разные стороны железного занавеса с разной степенью цинизма и эффективности стали активно использоваться его сильные стороны.

С истечением времени совершенствовалась телевизионная техника. Техническое усовершенствование передающей аппаратуры, телевизионных приемников, систем связи продолжается и на сегодняшний день, предоставляя все новые возможности для качественного совершенствования творческого процесса.

Как полагает исследователь Кацев И.Г.⁴¹ телевидение в нашей стране находится на четвертом этапе своего развития, каждый из пройденных этапов характеризуется теми или иными особенностями.

Первый этап (1907-1957 гг.) – период от начала технических экспериментов до первых заметных успехов в освоении собственных выразительных средств, широкого охвата потенциальной аудитории. Некоторые историки телевидения полагали, что применительно к численности населения нашей страны в то время, массовой можно было считать аудиторию, в распоряжении которой имелся 1 млн. телевизоров.

Во время второго этапа (1957 – 1970 гг.) телевидение завоевывает позиции не только качественного транслятора событий в разных областях

⁴⁰ Егоров В.В. Телевидение. Страницы истории. - М.: Аспект пресс, 2004. –С. 32.

⁴¹ Кацев И.Г. История российского телевидения (1917 -2000). - М.: Российский гуманитарный университет, 2004. – С.18-19.

внутренней и международной жизни, произведений искусства, но и обретает собственное лицо со своими специфическими возможностями чертами образного раскрытия личностных и социальных конфликтов и явлений.

Третий этап (1970 – 1985 гг.) – это период наиболее жесткой цензуры, славословия, пропагандистской риторики при полном отсутствии критики телевидения и в то же время период роста просветительских программ, появления образцов оригинального, сугубо телевизионного художественного творчества, качественного скачка в развитии технической базы телевидения.

Четвертый этап (1985 – 2000 гг.) отличался застоем, сумятицей, структурными реорганизациями, затем появлением частных телекомпаний. Постепенно все входит в более спокойное русло. Это то, что касается всяких организационных изменений. Творческий процесс протекал не менее сложно. Шел поиск новых форм телепрограмм, нередко с интересным результатом, технические новации подсказывали любопытные художественные решения. Этап характеризовался серьезным социально-политическим анализом происходивших в стране перемен, свободой авторского самовыражения и в то же время нарастанием негативных тенденций – ангажированностью ряда телекомпаний и их популярных ведущих новостных и публицистических программ, комментаторов, засильем плохих зарубежных фильмов, примитивных игр и игрищ, снижением профессионализма «второго звена» ввиду смены поколений телевизионных работников.

Предложенная периодизация в какой-то мере условна, но вполне оправданна. Некоторые исследователи телевидения предлагают другое деление. Первый этап – от начала века до 1930-х годов, когда началось регулярное телевидение; второй этап – от 1930-х до 1960-х годов; третий – от 1960-х до 1990-х годов; четвертый - от 1990-х до настоящего времени. Мы придерживаемся деления, предложенного Кацевым И.Г., однако, на сегодняшний день необходимо современный этап развития телевидения

отделить от того этапа, который длился до внедрения цифрового телевидения, стирающего все расстояния и пространства.

В обоих рассмотренных делениях региональное национальное телевидение, то есть вещание на языке коренных народов субъектов страны, началось на втором этапе развития отечественного телевидения.

Рассматривая этапы развития национального телевидения в советский период необходимо отметить, что развитие телевидения было возможно только в рамках строгой иерархичной организации, которая сложилась в системе Гостелерадио. В период постсоветских реформ в России создавались условия для развития негосударственных электронных средств массовой информации, открылся доступ к новым информационным и коммуникационным технологиям. Произошел распад единого телевизионного пространства страны, последовало устранение жесткой зависимости республиканских и местных телестудий от центра, полномочия по управлению телестудиями в стране перешли в руки местных органов власти, которые сформировали собственную стратегию по развитию регионального телевидения. Также изменения коснулись и организационной структуры телестудий, в тематике и содержании республиканских телепрограмм, и именно в 1990-е годы значительно увеличился хронометраж передач на национальных языках. В то время тележурналисты были ориентированы на максимальное удовлетворение духовных запросов местной аудитории в соответствии с ее этническим составом, политическими, экономическими, культурными особенностями региона.

Именно в тот сложный исторический период Россия становится неотъемлемой частью мировой современной информационно-коммуникационной системы, а региональное национальное телевидение – частью этой системы страны.

Важным фактором развития регионального национального телевидения стало создание в 1996 г. Фонда Федеральных проектов и целевых программ телевидения Федеральной службой телевидения и

радиовещания Российской Федерации, имеющим цели по обеспечению региональных телекомпаний РФ отечественной телевизионной продукцией (цикловыми телепрограммами и фильмами); организации производства и распространению телепрограмм с участием региональных телекомпаний; организации и проведению конкурсов, смотров, фестивалей, семинаров и других мероприятий, способствующих обмену опытом и повышению уровня регионального телевидения РФ.

В 1996 – 1997 гг. договоры на регулярное получение телепродукции с ТВ – фондом заключили ГТРК республик Хакасия, Марий-Эл, Бурятия, Калмыкия, Дагестан, Удмуртия, Еврейская автономная область и ещё 50 областных и краевых государственных телерадиокомпаний. С этого момента началось интенсивное развитие регионального национального вещания: увеличение времени пребывания местных телекомпаний в эфире, рост количества тематических программ на родных языках, переход на качественное информационное вещание местных новостных программ. Все это повлекло за собой расширение аудитории региональных телекомпаний. Увеличение доли программ, выходящих в прямом эфире, существенно улучшили обратную связь со зрителями.

В начале 2000-х годов изменилась вещательная сетка телеканала «Россия» (все российские ГТРК вещают именно на этом канале): произошло увеличение доли информационных программ, как следствие республиканские и краевые телекомпании перешли на информационный формат. Сегодня информационное вещание на русском и языках коренных народов субъектов - основа программной политики подобных телекомпаний.

В настоящее время в системе СМИ России осуществляется горизонтальная структура, которая вполне отвечает современным демократическим принципам, когда телевидение в России представлено федеральными, региональными, местными эфирными, кабельными и спутниковыми каналами. На сегодняшний день в России работает более 700 региональных телекомпаний различных форм собственности, большинство

из которых входит в крупные телесети: ВГТРК, ТНТ, СТС, РенТВ, ТВЦ. Более половины из них производит региональные выпуски новостей и информационно-аналитические программы.

При этом необходимо отметить, что на сегодняшний день разные исследователи по-разному обозначают региональные телеканалы, имеющие формат вещания на языке коренных народов субъектов страны.

Так, рассматривая этнически ориентированные СМИ, В.К. Малькова⁴² относит к ним газеты, журналы, теле-и радиоканалы, чьи материалы предназначены специально для представителей одной или нескольких родственных этнических групп, для единоверцев, а иногда и для земляков – выходцев из разных регионов страны.

По мнению В.К. Мальковой, «исследования этнических СМИ в нашей стране еще только начинаются, поэтому мнения об этом канале массовой информации не всегда достоверны, а порой и просто противоречивы⁴³.

Этнические СМИ уже давно выступают важным инструментарием распространения этнических ценностей, взглядов, идей, способствуя при этом формированию и сохранению этического самосознания, информируя о важных событиях. Прежде всего, сам этот термин кажется не совсем точным, хотя часто используется в журналистской и даже научной печати.

В.К. Малькова полагает, что точнее было бы говорить: «этнически ориентированные СМИ», или «пресса, телеканалы этнических групп», хотя в качестве рабочих можно употреблять термины «этнические СМИ», «этническая пресса», «этнические телеканалы» и др.

При этом термином «этнический» В.К. Малькова называет любой канал массовой информации, если его деятельность направлена на определенную этническую группу (в том числе и на русских) и если он намеренно поддерживает и формирует этническое самосознание её членов,

⁴² Малькова В.К. Современные этнические СМИ как инструмент консолидации этнических сообществ, Этнографическое обозрение № 1, 2009. - С. 139-141.

⁴³ Там же. - С.141.

распространяет в среде своих соплеменников этнокультурные этнические ценности.

Например, Н. Кондакова⁴⁴ считает, что все каналы массовой информации, работающие в России на языках любой национальности, кроме русского, можно называть «этническими», или «национальными».

В контексте нашей работы, мы считаем этническими СМИ – средства массовой информации различных диаспор, этнических групп, которые представлены на разных национальных языках, в том числе и на русском. К этническим СМИ можно отнести и религиозные издания, которых в нашей стране выходит не мало. Их аудитория нередко совпадает с их этнической группой.

К. Алиев⁴⁵ же именует «этнонациональными» СМИ каналы, работающие только в российских республиках.

Исследователь Ю.М. Ершов предполагает, что «в нашей стране, когда речь заходит о национальном телевидении, то имеют в виду не «Первый канал» и не «Россию» как общенациональные телекомпании, а вещание на татарском языке или, допустим, национальную вещательную компанию «Саха» со штаб-квартирой в Якутске. Национальное телевидение в России мыслится как региональное или республиканское телевидение. Именно по этой причине у нас не в ходу определение «общенационального канала», вместо которого используют понятия общесоюзного, общероссийского, общегосударственного, федерального и т.п. Использование таких неравнозначных заменителей или даже эвфемизмов продиктовано нежеланием задеть чувства представителей малых народов России или национальных меньшинств⁴⁶. Необходимо добавить, что региональными национальными обозначаются не только телеканалы с форматом вещания на языке того или иного этноса, но и радиоканалы, печатные издания.

⁴⁴ Кондакова Н. Разноязычная пресса России // Пресса и этническая толерантность: Пособие для журналистов. М., 2000.

⁴⁵ Алиев К. Кумыкский мир. 2006 / www.kumukia.ru.

⁴⁶ Ершов Ю.М. Особенности национальной идентичности телевидения в России // Вестник Томского Государственного Университета. Филология. Выпуск № 2 / 2012.

Так, например, в своих исследованиях Л.Д. Дряхлова национальным телевидением называет республиканское телевизионное вещание Мордовии, которое ведется на русском, мокшанском и эрзянском языках⁴⁷.

Придерживаясь мнения исследователей, мы считаем, что телевидение в российских республиках, начавшееся на этапе зарождения отечественного телевидения в целом, участвовавшее и продолжающее участвовать в консолидации этноса, включении его в систему межэтнических коммуникаций, сохранении и развитии национальной культуры, национального языка, по праву следует называть «национальным». Однако термином «национальное телевидение» мы можем обозначать телеканалы, которые ведут полноформатное вещание на языке того ли иного народа. Так, подобными национальными общественными телевизионными и широковещательными операторами называется телевидение целых стран (Болгарии, Казахстана, Украины и т.д.).

В свою очередь, телевидение - это одно из основных средств массовой информации, передающее сообщения и другие информационные программы по телевидению⁴⁸.

Исходя из этого, в данном исследовании автор именует *национальным телевидением* – региональные СМИ или телеканалы, имеющие формат вещания на языке коренных народов российских национальных субъектов. Важно подчеркнуть, что отличительной особенностью национального телевидения является двуязычие (билингвизм), имеющее существенное значение в телевизионной массовой коммуникации. К таким телеканалам в России относятся филиалы Федерального государственного унитарного предприятия «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» (далее ФГУП ВГТРК) и региональные коммерческие телеканалы, имеющие формат национального телевидения и

⁴⁷ Дряхлова Л.Д. Национальное телевидение в условиях региональной полилингвистики (на примере Республики Мордовия): дисс. канд. филол. наук, 10.01.10 – М. 2010.

⁴⁸ Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. — 4-е изд., дополненное. — М.: Азбуковник, 1999. — 944 с.

ведущие трансляцию в национальных субъектах России. Русско-национальное двуязычие на телеканалах с форматом национального вещания - это один из сложившихся факторов развития телевещания для коренных народностей на всей территории России.

Необходимо отметить, что в России из 89 филиалов в регионах ФГУП ВГТРК, всего 30 телеканалов имеют формат национального теле- и радиовещания, в Сибирском федеральном округе национальное вещание ведется только в 6 субъектах (Республиках Алтай, Бурятия, Тыва, Хакасия, Забайкальский край и Новосибирская область). Телевещание на бурятском языке в Сибирском федеральном округе ведется в Республике Бурятия и Забайкальском крае (Территориальное отделение филиала ФГУП ВГТРК «ГТРК «Чита»» в пос. Агинское).

Объем собственного производства национальных программ на государственных телеканалах колеблется от 3 до 4 часов в эфирные сутки. Лидерами по производству национальных программ в России следует назвать филиалы ФГУП ВГТРК ГТРК «Чувашия», «Кабардино-Балкария», «Башкортостан», «Удмуртия», «Ингушетия», «Дагестан». Среди региональных коммерческих телеканалов, имеющих формат национального вещания, следует выделить телерадиокомпанию «Новый Век», которая является крупнейшим медиахолдингом Республики Татарстан и Поволжья и имеет совокупную потенциальную аудиторию телевизионных каналов холдинга около 50 млн. человек.

В Республике Бурятия на сегодняшний день, помимо государственного телеканала ФГУП ВГТРК ГТРК «Бурятия», работают 2 коммерческих телеканала, имеющих формат национального телевещания («Ариг Ус», «Тивиком»). Среди кабельных телеканалов в республике вещает «Мир-Бурятия», также имеющий формат национального вещания.

Анализируя объем национального вещания филиалов ФГУП ВГТРК необходимо учесть, что сетка вещания унифицирована для всех региональных теле- и радиоканалов. Так, объемы телевизионного вещания

ФГУП ВГТРК ГТРК «Бурятия», имеющего наибольший объем национального телевидения, за 2006 и 2012 гг. следующие.

Таблица 1.

Объем телевизионного вещания за 2006 г. ФГУП ГТРК «Бурятия»

	Единица измерения	Общий объем вещания	Объем вещания на русском языке	Объем вещания на бурятском языке	Объем вещания на эвенкийском языке
Общее вещание	Час. Мин.	620.15	449.50	140.25	30.40
Удельный вес к общему вещанию	%		72,48%	22,6%	4,9%
Общий объем национального телевидения	Час. Мин			170,65	
	%			27,51%	

Данные Таблицы № 1. показывают удельный вес к общему вещанию ГТРК «Бурятия» за 2006 г. (520 часов 15 минут) на русском (67,2%), бурятском (26,9%) и эвенкийском языках (5,8%). Общий объем национального телевидения (вещание на бурятском и эвенкийском языках) в 2006 г. составил 170 часов 65 минут или 27,51%.

Таблица 2.

Объем телевизионного вещания за 2012г. по ФГУП ГТРК «Бурятия»

Структура продукции по видам	План (час.)	Факт (час.мин.)
Всего:	710	695,7
Информационные, информационно-аналитические программы, в том числе на бурятском языке	520	515,5
Культурно-просветительские аналитические программы, в том числе на бурятском, эвенкийском языках	105	103,5
Художественно-публицистические программы, в том числе на бурятском языке	95	93
Реклама	75	72,7
Общий объем национального телевидения (час. мин.)	32	28
%	25	23
	63	59,2
Общий объем национального телевидения (час. мин.)	205	199,2
%	29%	28,6%

В 2012 году (Таблица 2.) мы наблюдаем в большей степени информационное вещание (520 час.). Вместе с тем, художественное вещание, что традиционно было сильным и необходимым для национальных республик, продолжает своё возобновление. Фактический объем вещания составил 695,7 часов, из них общий объем национального телевидения составил 199,2 часа (28,6 % от общего объема вещания).

Если сравнить общий объем вещания за 2006 и 2012 годы (Рисунок 1.), то мы наблюдаем увеличение общего объема вещания на 14,4%, увеличение объема вещания на русском языке на 12,3%, на бурятском языке на 17,64%, на эвенкийском языке на 31,5%, увеличение общего объема национального телевидения с 2006 по 2012 гг. составил 20,12%.

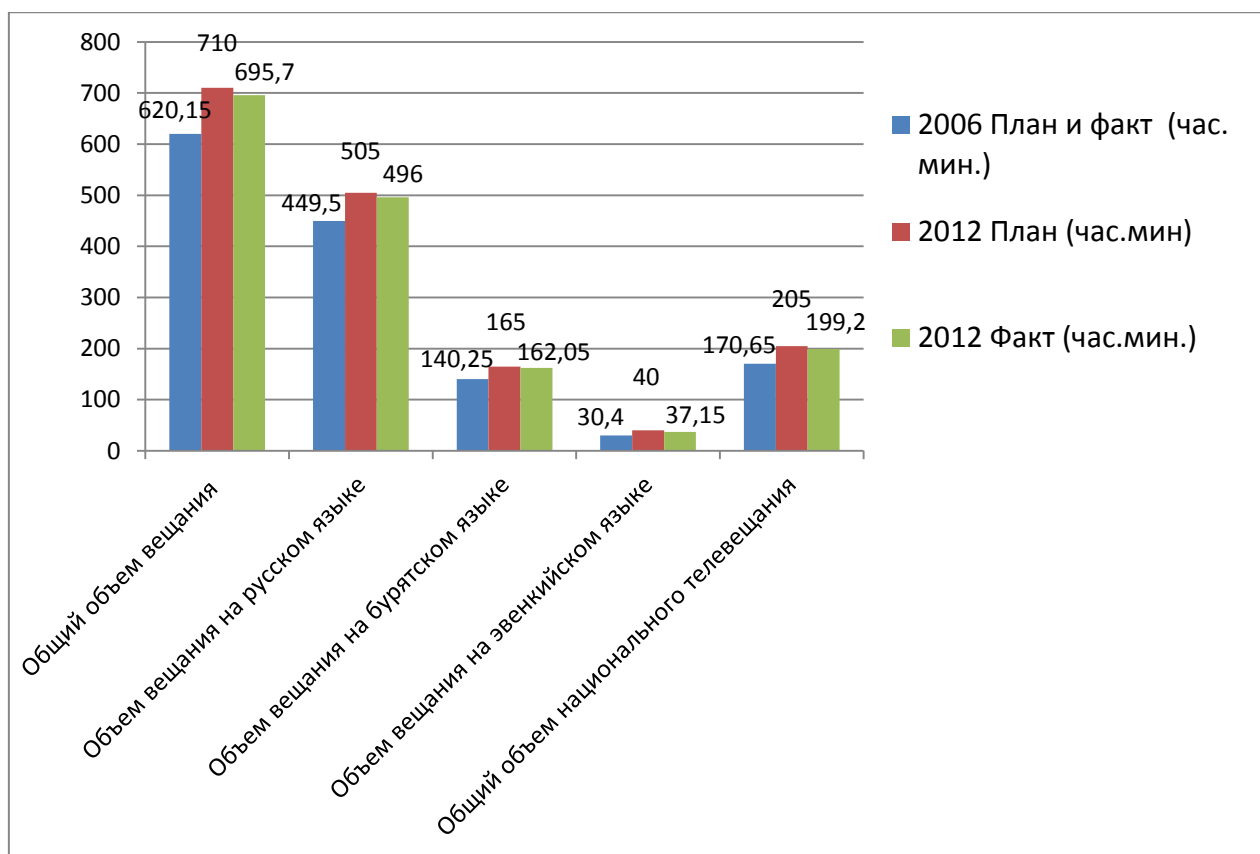


Рисунок 1. Объем вещания ФГУП ГТРК «Бурятия» за 2006 и 2012 годы

При этом, мы наблюдаем наибольший процент увеличения объема вещания на эвенкийском языке (31,5%). В этот период программу на эвенкийском языке «Улгур» активно поддерживает Семейно-родовая

эвенкийская община «Дылача». Редактор программы готовила в эфир множество коммерческих проектов, что позволило руководству увеличить объем вещания в связи окупаемостью национальных программ на эвенкийском языке и присутствием постоянных заказчиков.

Необходимо также отметить, что увеличение общего объема вещания ГТРК «Бурятия» в большей степени произошло в сфере информационного и информационно-аналитического вещания, так как во всех филиалах ФГУП ВГТРК проводилась и до сих пор проводится информационная политика. Увеличение объема телевещания на бурятском языке также подтверждается появлением в 2007 г. информационно-аналитической программы «Сагай сурьян» («Эхо времени»).

Системные закономерности имеют универсальный характер. Смещение приоритетов во взаимодействии центрального и местного телевещания в пользу последнего позволяет предположить, что в соотношении межнационального и национального, если рассматривать его как частный случай первой пары понятий, должна обнаруживаться тенденция увеличения спроса на местный национальный колорит.

В последние годы наблюдается и развитие новых коммуникационных технологий, которые отразились и на национальном телевещании Республики Бурятия. Семь районов республики (Баунтовский, Окинский, Тункинский, Закаменский, Джидинский, Кяхтинский, Селенгинский) с марта 2006 года получили возможность принимать программы ГТРК «Бурятия». По результатам, охват телевизионных передатчиков составил 99,8% населения республики.

Сеть цифрового телевидения на территории республики также развивается в соответствии с Федеральной программой «Развитие телерадиовещания в России в 2009-2015 гг». Целью программы, в первую очередь, является предоставление всем жителям страны пакетов общедоступных телеканалов, при этом особое внимание будет уделено развитию цифрового телевещания в малых городах и населенных пунктах.

На сегодняшний день в республике введена в эксплуатацию сеть цифрового телевизионного вещания, которая является не только важным технологическим проектом, но важнейшей социально-экономической задачей по формированию единого информационного пространства и сокращению информационного неравенства: на всей территории республики будет осуществляться вещание не менее 8 телеканалов и 3 радиопрограмм.

С развитием цифрового телевидения населению республики будет дана возможность смотреть региональные телеканалы с форматом национального вещания. Техническое развитие национального телевидения позволит расширить горизонты воздействия и улучшить этнокоммуникационные процессы в регионе. Ведь одной из типологических черт этнического возрождения является «активация информационного пространства в бытии этноса, связанная с быстрой мобилизацией и оптимизацией массово-коммуникативного потенциала развития нации или народности через всестороннее использование публицистического ресурса»⁴⁹.

Таким образом, рассмотрев этапы развития, функции, объемы вещания и в целом специфику национального телевидения в современных условиях, необходимо сделать следующие выводы:

- национальное телевидение как социальный институт выполняет функции этнокультурного и этносоциального взаимодействия и играет значительную роль в формировании этнического сознания. Сложная диалектика общечеловеческого и национально-особенного находит специфическое отражение в телевизионных программах, да и в самом языке телевидения;

- главное преимущество национального телевидения в системе социального взаимодействия заключается, в первую очередь, в самой природе телевидения, позволяющей показывать события или явления в динамике и движении, сочетать зрительные и слуховые образы (возможность увидеть на экране человека своей национальности, с которым можно

⁴⁹ Киричек П.Н., Потапов П.Ф. Печать и этнос. Саранск, 2005. С.4.

наиболее полно идентифицировать себя, и возможность услышать речь на родном языке), а также в особой роли эффективного воздействия на этническую идентификацию этносов и формирования у телезрителей этнического самосознания.

1.2. Сущность и основные подходы в исследовании этнической идентификации

Прошедшие 13 лет XXI века показали, что в этом периоде происходят и продолжают происходить глубинные изменения во всех сферах жизни мирового сообщества. Новая эпоха, новая Россия, перманентные изменения социальной, этнокультурной политики страны привели к образованию новых социально-политических институтов, породивших проблему поиска новой этнической идентичности россиян. В условиях глобализации этносы, этнические группы все больше начинают расширять, углублять свои функции, реорганизовываясь из субъектов культуры в субъекты права и политики.

В связи с этим расширяется и обретает новое содержание этническое пространство, модернизируются этнические институты и этнические процессы, этническая деятельность и отношения. Остро назревает потребность осмысления, критического отношения и оценки происходящего, инновационных подходов к разрешению возникающих противоречий в этнической сфере.

Этнический контекст идентификационных процессов имеет ряд особенностей: преобразование социальных, экономических и политических структур, расширение рамок этнического взаимодействия, активное увеличение информационных потоков, культурное многообразие. Изменение прежних идентификационных рамок породило феномен массового «поиска идентичности» в изменяющемся российском обществе. Параллельно происходит глубокая трансформация нормативно-ценностной системы и

моделей социально-политического поведения. Все эти факторы определяют нестабильность этнической среды, к которой россияне вынуждены адаптироваться.

Термин «этническая идентификация», вынесенный в заголовок данного раздела имеет для нас принципиальное научное значение и предполагает заведомо дискуссионную постановку вопроса.

Теоретическая разработка проблемы идентификации успешно ведется в областях гуманитарного знания: в социально-философских, политологических, этнических, социологических, культурологических, психологических исследованиях, в которых накоплен солидный потенциал многообразных теоретических подходов к проблеме взаимосвязи и соотношения личности и общества. Исследования в данных областях могут быть использованы для уточнения научного представления о сущности этнической идентификации.

Как отмечает исследователь В.М. Суханов, «контекстом российских идентификационных процессов выступают тенденции интеграции европейского и всего мирового сообщества. Однако и они сопровождаются одновременным усложнением внутренней социальной структуры национально-государственных образований»⁵⁰.

Проблема идентичности изучается множеством различных школ, среди которых выделяются: психоаналитическая теория (фрейдизм); интеракционизм; антропологическое направление «Культура и личность», рассматривающая поведение индивида в условиях различного культурного окружения; когнитивно-генетическая теория и другие.

У. Джемс в 1905 г. одним из первых создал теорию личности в психологии и выделил в ее структуре социальную составляющую, которая понимается как форма принятия личности в каждом индивиде со стороны остальных людей. В его теории косвенно объясняется социальная природа

⁵⁰ Суханов В.М. Региональная политическая идентичность в России: теоретический анализ состояния и перспективы, дис. ... доктора полит. наук: 23.00.01 / В.М. Суханов. - Саратов, 2009. - 430с.

идентичности личности и, в частности, ее идентификация с каким-либо этносом.

Понятие «идентификация» впервые введено в научный оборот З. Фрейдом в 1921г. в эссе «Психология масс и анализ «Я». Само же слово «идентичность» восходит к латинскому термину *idem*, т.е. «тот же самый». Посредством этого термина обозначается тождественность, одинаковость, совпадение чего-либо с чем-нибудь. По мнению исследователей, З. Фрейд вкладывал в термин «идентификация» содержание близкое по смыслу понятию «подражание», в свою очередь, носящему ключевой смысл для социальной концепции Г. Тарда. «Законы подражания» Тарда⁵¹ объясняют феномен социального распространения (*diffusionsociale*) исходя из гипотезы подражания; феномены, которые не распространяются - исходя из дополнительной гипотезы обычая.

Так, в одной из работ З. Фрейда, идентификация определяется как «ассимиляция одного «Я» другим, в результате которой первое «Я» ведет себя в определенном отношении так же, как и второе, имитирует его и в некотором смысле вбирает его в себя»⁵². То есть каждый индивид - это частица множества масс, связанных посредством целой сети идентификаций. Поэтому, человек конструирует свой идеал «Я», основанный на множестве образцов и моделей поведения, которые он выбирает сознательно.

Немного отличается толкование идентичности Э. Эриксоном и формулируется им как интеграция всех предыдущих идентификаций и Я – образов. Формирование идентичности – это процесс переустройства, структурной реорганизации всех прежних идентификаций в контексте предположительного будущего. Политическая идентификация, по выражению Э. Эриксона, признается «всеобщей и универсальной

⁵¹ Tarde G. «On communication and social in fluency» The Univ. of Chicago press, 1969.

⁵² Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. Пер. с франц. - М.: Центр психологии и психотерапии, 1998, с.311.

категорией»⁵³, тогда как большинством отечественных исследователей политическая идентификация трактуется как весьма узкая концепция.

Именно Эриксоном был введен в научный оборот термин «кризис идентичности» и проанализирована сущность и динамика конфликтов на разных этапах формирования и развития личности. Эриксон пришел к выводу, что кризис идентичности – это часть естественного личностного развития любого индивида. Поэтому кризис личности может разрешиться только путем новых идентификаций со сверстниками и лидерами вне рамок семьи.

Так как в тексте работы употребляются близкие по звучанию слова— идентичность и идентификация, необходимо рассмотреть концепции, разработанные Г. Тэшфелом, который четко разделял термины «идентичность» и «идентификация», употреблявшиеся ранее как синонимы. Когнитивистское направление социальной идентификации Г. Тэшфел определял как направление индивидуального знания к принадлежности определенной социальной группе, имеющее эмоциональное и оценочное значение для индивида и его членства в группе⁵⁴.

Теория социальной идентификации Г. Тэшфела основана на шести основных принципах: идентификация определяется, прежде всего, восприятием собственного образа в контексте определенной социальной группы; идентификация строится на стремлении к повышению собственного положительного образа и социального статуса; детерминированность развития идентификации сопровождается положительной или отрицательной оценкой окружающего социума; дифференциация группы, с которой осуществляется идентификация, имеет сложную структуру взаимодействия с другими сегментами социума; цель и содержание дифференциации групп и субъектов происходит на основании попыток добиться лидерства или превосходства;

⁵³ Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ. – М.: Прогресс, 1995. – С. 45.

⁵⁴ Хриенко А.П. Этническая идентификация как категория социологической науки / А.П. Хриенко // Социология власти – 2007. - №1. – С. 113.

дискомфорт социальной идентичности ведет к изменению вектора идентификационных процессов⁵⁵.

По Г. Тэшфелу имеется две формы взаимодействия индивидов: межгрупповое и межличностное. Межгрупповое взаимодействие - членство индивида в той или иной социальной группе, при котором личностные характеристики не играют обуславливающей роли, оно определено групповым членством индивида. Межличностное взаимодействие - это взаимодействие, сформированное, прежде всего на личностных характеристиках. Протекание данного процесса не зависит от социальной принадлежности человека.

Эти два вида взаимодействия складываются в когнитивную «Я – концепцию» и каждая из подсистем «Я – концепции» относится к различным характеристикам человека. Первая социальная идентичность определяется принадлежностью человека к различным социальным категориям: расе, национальности, классу, полу и т.д. Личностная идентичность относится к самоопределению в терминах физических, интеллектуальных и нравственных личностных черт.

Необходимо отметить, что гипотеза об организации сознания индивида по типу идентификационной матрицы предложена французским социальным психологом С. Московичи⁵⁶, основу теории составляют несколько идентичностей: общечеловеческая, половая, религиозная, этническая, профессиональная и др. Распределением информации в идентификационной матрице руководит доминирующая в данный момент идентичность или группа идентичностей. Это означает определенный взгляд на мир.

Как определяет «идентичность» французский социолог А. Турен, - «это осознанное самоопределение социального субъекта»⁵⁷, значимость идентичности определяется тремя основными потребностями социального

⁵⁵ Хриенко А.П. Этническая идентификация как категория социологической науки / Социология власти – 2007. - №1. – С. 114.

⁵⁶ Социальная психология: сб. ст. / сост. и ред. С. Московичи ; пер. с фр. Т. Смолянская. - СПб.: Питер. – 2006. – с.84.

⁵⁷ Touraine A. Production de la societe. Paris, 1973.P.360.

субъекта: потребностью в принадлежности, потребностью в позитивной самооценке и потребностью в безопасности.

В отечественных гуманитарных науках выделяются следующие типы идентификации: политическая, этническая, профессиональная, региональная, территориальная, гражданская, культурная и т.д.

По мнению Г. Абдулкаримова, идентификация – структурирование социального пространства по условным координатам: ситуация взаимодействия – субъект взаимодействия, то есть определение значимых для предполагаемой интеракции характеристик ситуации и партнера, своего рода «фотографирование» ситуации и «портретирование» партнера, перевод «потенциальности» взаимодействия с данным индивидом в состояние желательности⁵⁸.

Другими словами, идентификация предполагает способность человека, сознательно или бессознательно, приписывать себе характеристики другого человека или группы. Мысленное сравнение себя с героем телепрограммы или телефильма, представление себя на его месте или в аналогичной ситуации вызывают у него эмоциональный отклик. Идентифицируя себя с персонажами СМИ, с которыми у человека есть определенная мера сходства, он проникается симпатией к ним до такой степени, что позволяет себе включить другого в свое собственное Я.

Таким образом, идентификация – процесс эмоционального и когнитивного самоотождествления индивида, социальной группы с другим человеком, группой или образцом, самоутверждения в занимаемых социальных статусах и освоении значимых социальных ролей. Формирование идентичности предполагает такую степень закрепления традиций, обычаев, норм и ценностей, когда действующий индивид уже не отделяет себя в определенном плане от группы, воспринимая нечто

⁵⁸ Абдулкаримов Г. Теоретические проблемы актуальной этнополитики в России (Этносоциология модернизации современной России), М. - 2008г. – С.200.

происходящее как имеющее отношение не к нему лично, а к определенному «МЫ».

В свою очередь, исследователь Солдатова Г.У. определяет идентичность (от англ. identity - тождественность), как «многозначный житейский и общенаучный термин, выражающий идею постоянства, тождества, преемственности индивида и его самосознания и имеет три главные модальности: психофизиологическую, социальную и личную⁵⁹».

Как полагает В.А. Ачкасов⁶⁰, идентичность невозможна вне сравнения, вне коммуникации, только в результате взаимодействия, прямого и опосредованного, с иной группой, данная общность обретает свои «особые» признаки. То есть, идентичность – символическое средство объединения с одними и дистанцирования от других. Архетипическая оппозиция «мы-они» лежит в основе этнического самосознания, и этнических отношений. Причем архетип является одним из самых древних и наиболее устойчивых.

Таким образом, личная идентичность или самоидентичность (Self-identity) - единство и преемственность жизнедеятельности, целей, мотивов и смысложизненных установок личности, осознающей себя субъектом деятельности. В свою очередь, социальная идентичность - осознание индивидом принадлежности к тем или иным социальным группам и общностям, что позволяет ему оценивать свои социальные связи и принадлежности в терминах «Мы» и «Они». Также идентичность значима для большинства людей, особенно в периоды социальных изменений.

Необходимо различать и психофизиологическую идентичность, которая является модальностью, объединяющей физиологические и психические процессы и свойства организма, благодаря которой индивид отличает свои клетки от чужих.

Рассматривая проблему социальной идентичности, представляющую собой некую иерархическую пирамиду неформальных норм и ценностей,

⁵⁹ Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. - М.: Смысл, 1998. - С.55

⁶⁰ Ачкасов В.А. Этническая идентичность в ситуациях общественного выбора // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1999. – Том 2. Выпуск 1. С 45-48.

необходимо отметить, что все частные идентичности обретаются в ходе социализации, когда человек на любом отрезке своего жизненного цикла интериоризирует ценности социального мира.

Любая из идентичностей у человека формируется в процессе его сложных, переплетенных и взаимообусловленных взаимодействий с исторически сложившимися в данном обществе учреждениями и институтами, с господствующей идеологией, с людьми, с которыми он вступает в разнообразные контакты – от экономических до психологических, и от общественно-политических до семейно-бытовых. Большую роль играет и межпоколенная передача ценностей, имеющих особое значение для воспроизводства этничности⁶¹.

Таким образом, идентичность предполагает осознание личностью своей принадлежности к определенной этнической группе, неотделение себя в определенном плане от группы и восприятие нечто происходящего как имеющего отношение не к нему лично, а к определенному «мы». Наличие идентичности позволяет человеку определить своё место в социокультурной среде, построить систему отношений в межэтническом и внутри этническом пространстве.

Как отмечает В.А. Ачкасов, «значимость идентичности определяется тремя основными составляющими: потребностью в принадлежности, потребностью в позитивной самооценке и потребностью в безопасности»⁶².

То есть потребность индивида в определенной связи с этнической группой объясняется тем, что человек не может пребывать в редуцированном социальном вакууме, он развивается в группе, получает в ней возможности самосохранения и самореализации.

Если личностная этническая идентичность описывается, прежде всего, психологическими категориями, то этническая групповая идентичность дискриптируется социальными категориями и анализируется на основе

⁶¹ Губогло М.Н. Идентификация идентичности: Этносоциологические очерки. – М.: 2003. – С. 53.

⁶² Ачкасов В.А. Этнополитология. СПб.: Изд-во С.-Петерб.Ун-та, 2005. – С.16.

этнических общностей, к которым индивид относится и с которыми он себя отождествляет. Взаимодействие психологических и социальных факторов и причин идентификации становится условием формирования определенных типов, отличающихся своими стойкими чертами и признаками.

В частности, по А.П. Садохину⁶³ выделяется семь основных типов идентичности: нормальная, этноцентрическая, этнодоминирующая, этнический фанатизм, этническая индифферентность, этнонигилизм в форме космополитизма и амбивалентная идентичность.

Рассмотрим указанные типы этнической идентичности, обращая внимание на их развитие в этническом процессе.

Нормальная идентичность формируется на основе положительного восприятия образа своего этноса и благопожелательного отношения к его историческому прошлому и политическому, культурному развитию. Нормальная идентичность является базовым типом идентичности для большинства наций и крупных народностей и не является по своей природе конфликтогенной в этнополитических процессах. Она является мощным фактором генезиса национальных государств, а также условием формирования и развития политического процесса в их рамках и между ними.

Этноцентрическая идентичность проявляется как некритическое предпочтение какого-либо этнического сообщества и самоидентификации индивида с ней. В условиях доминирования ориентации на мультикультурализм, как одного из условий мирового развития и признания прав личности на самовыражение, в том числе и на политическое самовыражение, наличие умеренной этноцентрической идентичности все же оказывает заметное влияние на этнополитические процессы современности. Понятие этноцентризма ввел в научный оборот У. Самнер в своей работе «Народные обычаи» (1906). Этноцентризм отражает позицию, согласно которой собственная группа представляется центром всего, а все остальные общности оцениваются по отношению к ней. Этноцентристская идеология

⁶³ Садохин А.П. Этнология. – 3-е изд. – М.: Альфа-М; Инфра-М, 2004. – С.154-155.

подпитывается не только этноцентристской идентичностью, но также этническим фанатизмом и этнодоминирующей идентичностью, в результате чего этноцентризм трансформируется в свои крайние формы – национализм, нетерпимость, ксенофобию. Дискриминационные установки в отношении других этнических и признание «этнических чисток» правомерными являются неблагоприятными и отрицательными факторами развития этнополитического процесса в обществе и напрямую воздействуют на возгорание межнациональных конфликтов. Конфликт связан именно с тем, что самовозвеличивание собственного образа жизни может проявляться в этническом сепаратизме или стремлении к доминированию и гегемонии, что порождает ответную негативную реакцию другой этнической группы.

Крайней агрессивной формой этнической идентичности является этнический фанатизм, который проявляется как абсолютное доминирование этнических, политических интересов и целей, часто понимаемых иррационально. Как и любой фанатизм, он сопровождается готовностью идти на любые жертвы и действия во имя этих целей. Этнический фанатизм, как самая крайняя форма этноцентризма, имеет самый высокий конфликтогенный потенциал и является крайне отрицательным фактором этнополитического процесса. В восприятии других групп обязательно присутствуют стереотипы, в которых преувеличивается зависимость от этнической общности, игнорируется индивидуальность людей и индивиду предписываются какие-либо качества и характеристики в зависимости от принадлежности к определенному этносу. Однако, стереотипы ориентируют на внутреннюю сплоченность этноса и внешнюю нетерпимость. Следует указать, что существует проникновение мифологем не только в этническое, но и политическое сознание. В результате этноцентризма взаимодействие этносов создает значительные проблемы, что приводит к агрессии, либо сепаратизму и социальной, культурной и политической самоизоляции.

Этническая индифферентность выражается в том, что человек фактически равнодушен к проблемам собственной этничности и

межэтнических отношений, ценностям своей этнической группы и ценностям других народов. Индивид независим от норм и традиций собственной этнической группы, и на его поведение и поступки в политической и других сферах деятельности никоим образом не детерминированы ни его собственной этнической принадлежностью, ни этнической идентичностью тех, с кем он коммуницирует. Очевидно, что если в обществе базовым будет являться тип личности с индифферентной этнической идентичностью, то этническое перестанет быть фактором развития этнополитического процесса, попросту исчезнет с этнополитического поля.

В случае отрицания этничности, этнических и этнокультурных ценностей можно говорить об этнонигилизме. Такая трансформация этнической идентичности, как полагает А.П. Садохин⁶⁴, является результатом осознания низкого статуса своей этнической группы, признанием её неравноценности по сравнению с другими, политической непредставленности. Это крайняя форма негативной этнической идентичности, приобретая которую индивид либо избегает демонстрировать свою этничность, либо вообще отрицает всякую этничность, проявляемом, чаще всего, в форме космополитизма. Таким образом, космополитический нигилизм является идентичностью, освобождающей индивида от этнических ценностей, и, если понимать глобализацию как культурную и политическую унификацию, то этнический нигилизм напрямую может способствовать данному процессу.

Наконец, в смешанной этнической среде широко распространена амбивалентная (двойственная) идентичность, которая может проявляться чаще всего как латентная, невыраженная явно этническая идентичность. Амбивалентная идентичность или полиэтничная идентичность характеризуется равноценным отношением к нескольким этносам, знанием или желанием знать несколько языков, желанием и возможностью одновременно быть в двух или более культурных сферах. Важно то, что политические структуры и институты при амбивалентной идентичности могут использовать

⁶⁴ Садохин А.П. Этнология – 3-е изд. – М.: Альфа-М; Инфра-М, 2004. – С.155.

манипулирование этнической идентичности в собственных интересах. Тем не менее, амбивалентная или полиэтническая идентичность – это очень гибкая форма идентичности, которая выступает в качестве своеобразного «плавильного тигля», формирующего новую идентичность, чаще всего не носящую этнический характер, но являющуюся основой единой культуры.

В современной России проблема этнической идентичности носит особо острый характер в связи с тем, что касается не только и не столько процесса социализации личности и самоопределения индивида, сколько процесса социальной трансформации и постсоветских политических реалий и неразрывно связана с проблемой народов и территорий.

В контексте нашей работы следует разобрать сосуществование и различие этнической и национальной идентичностей, так как они отражают наиболее значимые формы социальной группировки людей и между ними существуют сложные взаимосвязи, взаимопересечения, а иногда и взаимоисключения, и каждая из них является многомерным явлением.

Этническая и национальная идентичности связаны с процессом становления российской государственности и развитием гражданского общества, особенностями государственного устройства РФ⁶⁵.

В странах Западной Европы считается, что у населения национального государства должна быть единая идентичность, однако, это не означает, что граждане одной страны должны принадлежать к одной и той же этнической группе. Национальная идентичность зачастую является политической (гражданской), а не этнолингвистической. Напротив, ряд отечественных исследователей в области идентичности считают, что нация формируется за счет этнических и культурных факторов (общий язык, религия, традиции, обычаи и т.д.).

Эти противоречия объясняются тем, что в Западной Европе, в силу целого ряда исторических факторов, сформировывались «нации-государства», то есть нации в государствах, в котором имела сильная

⁶⁵ Абдулатипов Р. Этноидентичность и государственное устройство. – М.: 2000. – С.35.

государственная власть, регулирующая и управляющая всеми сферами социально-политической и этнонациональной жизни.

В этих странах также продолжают существовать малые этнические группы, народности, которые стремятся не смешиваться и не ассимилироваться. Так, например, шотландцы в Великобритании, каталонцы в Испании, которые в течение долгих лет вели речь об этническом возрождении, при этом достигли права на избрание и на 2014 год назначили референдумы по вопросу о независимости Шотландии (пройдет 18 сентября 2014 года) и Каталонии (пройдет 9 ноября 2014 года). В настоящее время обсуждаются возможные последствия и реакции в случае, если появится новая страна, новое государство, вышедшее из состава одного из нынешних государств - членов ЕС. Так, этой стране придется подавать новую заявку на членство, и, конечно, будет крайне сложно, если не невозможно получить одобрение всех членов ЕС на вступление страны, отделившейся от другой страны-члена ЕС. Однако, и каталонцы, и шотландцы, отделившись от стран, будут добиваться признания от всех остальных стран ЕС, создавая новое сильное государство на геополитическом пространстве ЕС⁶⁶.

История и современность преподносит массу других примеров этнического возрождения (открытие школ, различных социальных, политических институтов, выдвижение требований по расширению автономных прав и т.д.), что доказывает и наличие разграничения между национальной (гражданской) и этнической (культурной) идентичностью.

В нашем случае, говоря об этническом возрождении этносов в составе наций-государств, необходимо отметить и активную организацию периодической печати и телевизионной сети на родных языках.

Именно СМИ на родных языках позволяют создавать особую коммуникативную среду, позволяющую удовлетворять и этнокультурные, и

⁶⁶ Scotland to hold independence poll in 2014 – Salmond, BBC (10 January 2012), [Электронный ресурс]. <http://www.bbc.co.uk>.

этносоциальные запросы аудитории, и идентифицировать себя с той или иной этнической группой.

Как отмечает исследователь Е.В. Головкин, «язык, наряду с другими важными вещами, выступает как один из маркеров этничности. Именно язык позволяет человеку идентифицировать себя в качестве члена той или иной социальной (этнической) группы, и одновременно язык позволяет идентифицировать другого как чужого, как не принадлежащего к его собственной группе»⁶⁷.

Признаками этнической общности и идентификации выступают нравы этноса, которые комплексно генерируют национальный характер. Основным шагом для того, чтобы личность смогла ощущать себя принадлежащей к этнической группе, является процедура идентификации, то есть определение критериев и границ общности. Следует указать и на национальный язык и общую территорию, как главные средства и условия этнической идентичности.

Индивид идентифицирует себя не только по этническим признакам, поэтому этничность может иногда находиться и на периферии личностной мотивации. На значимость этнической принадлежности влияют не только объективная социальная реальность, но и ряд субъективных факторов, как например, уровень образования.

Этническая идентификация выражается в осознании человеком или группой своей этнической принадлежности. Детерминирующими факторами этнической идентичности является территория проживания, язык, религия, пища, одежда, традиции, обычаи, стереотипы поведения и т.д., которые воспринимаются в качестве культурных символов и позволяют выделить свою этническую общность («мы») из других («они») и одновременно ощущать свою принадлежность к данной общности. Этническая идентичность является специфической формой социальной идентификации, основывающейся на осознании представителями одного этноса единства

⁶⁷ Головкин Е.В. Язык и самоидентификация. Язык и этничность [Электронный ресурс] // Проект «Звуковая энциклопедия». <http://www.sonoteka.spb.ru>

своего происхождения, традиций, ценностей, верований, исторической преемственности.

Как полагает А.П. Садохин, этническая идентификация (лат. *identificare* – отождествлять) – это психологический процесс отождествления индивидом себя с этнической общностью, позволяющий ему усвоить необходимые стереотипы поведения, нормы образа жизни и культа ценности⁶⁸. Идентификация индивида с этносом происходит на основе принципа самоопределения этнической принадлежности. Согласно этому принципу человек принадлежит к той этнической общности, с которой он сам считает себя связанным общностью языка, культуры, быта. В подавляющем большинстве случаев человек причисляет себя к тому этносу, к которому принадлежат его родители. При этом становится важным то, в каком этническом окружении живет семья: если семья живет среди того народа, к которому она сама принадлежит, то определение этнической принадлежности детей не вызывает, как правило, никаких затруднений.

В современной политической, этнологической, антропологической и социологической литературе имеется множество теорий, рассматривающих этническую идентификацию с различных точек зрения. Нет универсальной концепции, полностью раскрывающей сущность и историческое своеобразие национально-этнических общностей. Каждая трактовка этничности имеет черты, свойства национальной общности, на которых строится теоретическая конструкция.

Однако, все концепции этничности, национальных процессов, национального самосознания и в сущности этнической идентификации можно разделить на три основных научных подхода. Первый подход – «первородный», или примордиалистский (*primordial*), второй подход – конструктивистский и третий – инструменталистский.

Сторонниками примордиализма (П. ван ден Берге, К. Гирц., Э. Смит, Э. Шилз) в середине XX века была основана специфическая этнологическая

⁶⁸ Садохин А.П. Этнология – 3-е изд. – М.: Альфа-М; Инфра-М, 2004. – С. 58.

школа. Среди современных примордиалистов необходимо назвать таких этнологов, как Э. Стюарт, Р. Гамбино, Х. Айзеке, У. Коннор. При этом, в контексте этничности мнения сторонников примордиализма разделяются на социобиологические и эволюционно-исторические направления.

Сторонники примордиализма рассматривают этничность как объективную данность, своего рода изначальную (примордиальную) характеристику человечества, суть которой заключается в фундаментальной категории человека как социального и даже биологического существа. Индивид ощущает свою принадлежность к определенной группе путем идентификации и соотнесения тех или иных свойственных самому себе характеристик.

П. ван ден Берге, рассматривая этничность в социобиологическом направлении, разъясняет этничность как некое явление с генетическим фактором. Родственный отбор предоставил соответствующим группам эволюционные преимущества и закрепился на генетическом уровне, сыграв решающую роль в формировании этнических групп и самого феномена этничности. Впоследствии родственные связи утратили свое значение, но потребность в коллективной поддержке сохранилась⁶⁹.

Из отечественных исследователей природы этничности точнее всех социобиологический подход сформулирован в научных трудах Льва Гумилева.

Основанная на идеях биосферы В.И. Вернадского теория Л.Н. Гумилева обуславливает этнос не социальной группой, а явлением природы и географии, связанной с ландшафтом и основанной на биологических характеристиках. Развитие этноса определяется территорией расселения и психобиологическими характеристиками пассионарности. Согласно его теории, «люди ставят общие цели, вырабатывают единые стереотипы поведения и формируют однотипное самосознание. Именно схожий стереотип поведения людей, приспособляющихся к природным условиям, позволяет им

⁶⁹ Садохин А.П. Этнология – 3-е изд. – М.: Альфа-М; Инфра-М, 2004. – С. 99.

ощущать себя членами одного этноса и противопоставлять себя другим подобным объединениям на основе дихотомии «Мы-Они»⁷⁰.

Этничность в рамках примордиализма определяется, во-первых, группами, к которым принадлежит человек по рождению и которые обладают набором определенных «объективных» характеристик (при этом для человека его этническая принадлежность является «данностью»); во-вторых, культурными характеристиками, которые оказываются базовыми элементами самой личности⁷¹.

Напротив, эволюционно-исторического направления придерживается дуалистическая концепция Ю.В. Бромлея, которая подразумевает различные формы этноса как этникос и этнос (этносоциальный организм), отличающиеся собственно этническими характеристиками этникоса и историческими стадиями развития этноса.

Для нашей работы также важно рассмотрение подхода К. Гирца, который под примордиалистской привязанностью понимает «данность» существования, то есть человек рожден в определенном сообществе, говорит на определенном языке и практикует определенные социальные образцы поведения и именно общая исконная культура является основой этнической идентичности, а этничность – это «коллективно одобренный и публично выраженный мир личностной идентичности»⁷².

Как отмечает Шабает Ю.П., примордиализм – это представление о том, что этносы имеют глубокие исторические корни, что их природа, их отличительные особенности не столько продукты социального развития, сколько некая изначальная данность, в том числе биологически обусловленная⁷³.

⁷⁰ Гумилев Л.Н. Этнос и антиэтнос (популярное изложение разработки автором концепции этногенеза) // Звезда. – 1990. - №2 - С. 121-122.

⁷¹ Рыбаков С. К вопросу о понятии «этнос». Философско-антропологический аспект // Этнографическое обозрение. 1998, №6.

⁷² Geertz Clifford. The interpretation of cultures: selected essays / C.Geertz – N.Y.,1973.

⁷³ Шабает Ю.П. Этнополитология. - М.: Юнити, 2005. – с. 7.

В основе такого подхода лежат идеи Герберта Спенсера, который распространяет законы естественного отбора, сформулированные Ч. Дарвином, на человеческое общество и полагают, что каждый человек подчиняется действию инстинкта самосохранения и продолжения рода.

Необходимо отметить, что в трудах представителей бурятской интеллектуальной элиты по современной этнической идентичности (В.И. Затеев, И.С. Урбанаева, Ш.Б. Чимитдоржиев, Д.Д. Нимаев) превалируют примордиалистские взгляды, характеризующие бурятскую этничность, как социокультурную общность с объективными характеристиками принадлежности (общая территория происхождения, язык, хозяйственный уклад, расовый тип, религия, мировоззрение).

Однако, как отмечают исследователи бурятской этничности на современном этапе, этноидеология в нашей стране больше связана с тезисом о праве наций на самоопределение, а язык политической культуры – с этатизацией этнического фактора, который не редуцируется, а, напротив, укрепляется и в большом числе случаев становится главным наполнением и смыслом социокультурной модернизации в этнополитических субъектах Федерации⁷⁴.

В процессе социокультурной модернизации большее значение приобретают факторы коммуникации. Сначала они проявляются как заимствования элементов культуры, но впоследствии сами формируют культурные стандарты, имеющие уже универсальный характер. Люди массового общества изменяют ландшафт, унифицируют общественные отношения, технологии производства и предметы потребления. В этом процессе деятельность средств массовой информации, распространяющих единые стандарты, становится одним из основных факторов социокультурного и этнического развития.

⁷⁴ Бурятская этничность в контексте социокультурной модернизации (постсоветский период). – Д.Д. Амоголонова, И.Э. Елаева, Т.Д. Скрынникова, монографии. Иркутск, РПЦ «Радиан», 2005. – С. 22-23.

Основная отличительная черта следующего конструктивистского подхода – этносы и связанные с ними иные субстанции рассматриваются как идеальные модели, конструкции, которые создает политическая элита для достижения каких-либо целей (Ф. Барт, Э. Геллнер, Б. Андерсон, Э. Хобсбаум и другие).

При конструктивизме этнос определяется как общность людей на основе культурной самоидентификации - главного критерия этничности. Признаками этноса являются не общее происхождение, а представление или миф об общей исторической судьбе, вера в то, что это наша общая культура, имеющая природную связь. Этничность – это процесс социального конструирования воображаемых общностей, основанный на вере в то, что они связаны естественными и даже природными связями, единым типом культуры и идеей или мифом об общности происхождения и общей истории.

В последние десятилетия наиболее распространенным является конструктивистский подход в понимании этничности и его разновидности. Книга Питера Бергера и Томаса Лукманна⁷⁵ «Социальное конструирование реальности», вышедшая в свет в 1967г., зарождает данное научное направление. В конструктивистском подходе уделяется особое внимание роли языка и сознания как ключевого символа, через призму которых формируется понимание этнической отличительности.

В научных трудах американского культурного антрополога Джорджа Комароффа конструктивистский подход получил полноценное теоретическое обоснование. С именем норвежского этнолога Фредерика Барта также связывают конструктивистское понимание этничности, который определяет данный подход как ситуативный феномен социальной идентичности, создаваемый средствами символического различения.

Одним из примеров конструктивистского подхода к анализу национальных проблем, процесса нациестроительства необходимо отметить

⁷⁵ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. (Перевод Е. Руткевич). - М.: «Медиум», 1995. - 323 с.

монографию Бенедикта Андерсона «Воображаемые сообщества»⁷⁶. В его понимании нация – это есть воображаемое сообщество, которое конструируется сознательно и с использованием определенных механизмов. В контексте конструирования традиции находятся также работы марксистского историка Эрика Хобсбаума, и его труд «Нации и национализм после 1780г». Хобсбаум доказывает, что в благополучные с экономической точки зрения времена капитализм не нуждается в национализме и исповедует в экономике космополитический либерализм, а в политике – наднациональный империализм.

В России идеи конструктивизма утверждает В.А. Тишков, который полагает, что этносы, как и формации, есть умственные конструкции, своего рода «идеальный тип», применяемый для систематизации конкретного материала историками, социологами, этнологами. В предлагаемой им трактовке этнических процессов России новейшего времени, акцент делается на ситуативности идентичностей и на ведущей роль политики в их конструировании⁷⁷.

Важно отметить, что, по мнению ученого, отличительной чертой этнической идентичности от других форм социальной идентичности является представление об общей культуре, миф об общности происхождения и общей истории.

Конструирование определенных мифов через средства массовой информации создает у аудитории иллюзию реальности, что позволяет индивиду идентифицировать себя с той или иной этнической группой.

В 70-х годах прошлого века появляется инструменталистская школа, главным тезисом которой является детерминирующая роль социальных интересов в формировании этничности (Р. Брубейкер, А. Коэн, Д. Хоровиц, К. Янг и другие).

⁷⁶ Андерсон Б. Воображаемые сообщества. М., 2001. – с. 8-17.

⁷⁷ Тишков В.А. Реквием этносу. Исследования по социокультурной антропологии. М., Наука, 2003, - с. 114.

С точки зрения инструменталистов, этничность является новой социальной конструкцией и не имеет культурных корней, подход ориентирован на выявление функций, которые этнос выполняет в обществе. Этничность при данном подходе выступает как идеология, создаваемая политической элитой для мобилизации масс в борьбе за власть. Этноты во многом являются продуктами этнических мифов. Культурные особенности, ценности и деятельность этнических групп являются орудием элиты для достижения своих целей. Поддержка элит массами связана с удовлетворением каких-то потребностей индивида или группы (справедливость, достоинство, равенство и т.д.).

По мнению исследователей - конструктивистов В.В. Коротеевой, С.Д. Батомункуева, бурятская этничность понимается как социальный конструкт, где этнические границы определяются результатами социальной практики⁷⁸.

При инструменталистском подходе подразумевается, что сходства и различия между группами людей могут служить основой для формирования этнической идентичности каждой группы, определяющей в свою очередь характер межгрупповых отношений и мобилизующей этнической группы на целенаправленную политическую деятельность. Инструменталистские концепции основываются на социально-психологических теориях, трактующих этничность как эффективное средство для восстановления политического и культурного равноправия, как способ социальной терапии.

Одна часть сторонников инструментализма (Д. Хоровитц, Дж. Ротшильд, Дж. Нейджел, С. Олзан) в своих трудах отвечают на вопрос каким образом этническая солидарность усиливает социальные обстоятельства, которые, по их мнению, называются «структурными условиями». Другая часть идет дальше и анализирует, как социальные обстоятельства ведут к выбору этнической идентичности, определяющейся как средство

⁷⁸ Варнавский П.К. Бурятская этничность в контексте социокультурной модернизации (конец XIX- первая треть XX веков) / Варнавский П.К., Дырхеева Г.А., Скрынникова Т.Д. ; отв. ред. Т.Д. Скрынникова; Иркут. межрегион. ин-т обществ. наук, Ин-т монголоведения, буддологии и тибетологии СО РАН. - Иркутск: Оттиск, 2003. - С. 13.

достижения желаемых политических, экономических и иных социальных целей, в свою очередь усиливающих групповую солидарность. В данных аспектах особенно показателен так называемый политологический подход в инструменталистских концепциях, который основывается на теории рационального выбора.

Сторонником теории рационального выбора является Дэвид Лэйтон. Основой данного подхода является то, что индивиды живут и действуют одновременно в различных социальных группах, исполняя в каждой из этих групп разные социальные роли. Поэтому в каждом человеке одновременно сосуществуют несколько идентичностей: семейные, классовые, политические, гендерные, этнические, религиозные. В зависимости от той или иной ситуации человеком выбирается именно та идентичность, которая наиболее соответствует потребностям данного момента. В связи с этим содержание индивидуальных идентичностей довольно подвижно и различные идентичности являются особым видом ресурсов, которые может использовать индивид в меняющихся обстоятельствах. Таким образом, идентичность рассматривается как один из инструментов для достижения индивидом своих целей. Поэтому не может быть в разных индивидуальных идентичностях, в том числе этнических, политических и национальных, устойчивой основы. Каждый индивид действует в своих собственных интересах, и эти интересы диктуют ему способ действий, который не зависит от неких абстрактных коллективных идентичностей.

Инструменталистская теория Абнера Коэна выдвигает тезис о том, что этнически окрашенное взаимодействие будет прослеживаться, прежде всего, в областях, тесно связанных с экономикой. В этом случае этнические маркеры скорее всего будут использоваться как средства предотвращения проникновения «чужих» в группы, занимающие более благоприятное положение в системе производства (Cohen, 1974)⁷⁹.

⁷⁹ Abner Cohen Two-Dimensional Man: An Essay on the Anthropology of Power and Symbolism in Complex Society [Электронный ресурс] <http://www.openanthropology.org>

Напротив, с точки зрения других представителей Манчестерской школы (в частности, Митчелла, 1974), этническая идентификация выступает тем средством, при помощи которого мы можем спроецировать свои ожидания по поводу будущего поведения незнакомца, основываясь на его принадлежности к какой-либо культуре. Следовательно, этничность начнет актуализироваться в ситуациях, когда участники взаимодействия не осведомлены в достаточной степени о намерениях и стратегиях друг друга.

Рассмотрев различные концептуальные подходы к изучению этнической идентичности, нельзя не заметить, что многие сторонники этих подходов рассматривают этническую идентичность, лишь в контексте более широкой социальной проблематики.

Как в активной, так и в пассивной форме этнической идентичности сходятся десятки проблем из сферы политической, социокультурной, экономической и многих других. Однако, какой бы смысл ни вкладывать в содержание этого понятия, приходится констатировать, что в первую очередь оно связано с пробуждением и актуализацией этнического самосознания.

Этническое самосознание в самом общем виде можно определить как «чувство принадлежности к тому или иному этносу, выражающееся в этническом самоопределении, т.е. в отнесении индивидом себя к данной этнической группе»⁸⁰.

Если для человека очень значима его этническая принадлежность, то его этническое самосознание активно. Более того, оно становится если не генератором идей, то, по крайней мере, соучастником этнической мобилизации⁸¹.

Этническое самосознание зародилось еще на ранних стадиях развития человечества. Противопоставление своей этнической общности другим на уровне этнического самосознания выполняло функции сплочения и укрепления сообщества. На стадиях развития этносов противопоставления

⁸⁰ Народы России. Энциклопедия. М., 1994. - С.461.

⁸¹ Губогло М.Н. Идентификация идентичности: Этносоциологические очерки. – М.: 2003. – С. 245-246.

могли быть физическими, социокультурными, социально-экономическими, политическими, идеологическими и т.д. Различия между этносами позволяют фиксировать представления о собственной идентичности сообщества, характеризующейся проявлениями языка, искусства, обычаями и традициями, народного творчества и т.д.

При этом, развитие этнического самосознания ускорилось и стимулировалось в периоды, когда другие сообщества несли угрозу ассимиляции и полного уничтожения этноса.

На современном этапе развития, этническое самосознание связано с формированием систем коммуникации (развитие науки, литературы, книгопечатания, средств массовой коммуникации). В контексте нашей работы отмечаем развитие СМИ на языке тех или иных этносов, как особый фактор мобилизации, консолидации, формирования четко-выраженных представлений об идентичности, которые являются важной составной частью этнического самосознания этносов.

Отечественный социолог Н.И. Кареев пишет, что культурная природа национальности основана на общем самосознании, «мы можем определить национальность как культурную группу, сознавшую свое отличие от других групп и своё единство»⁸².

Таким образом, именно этническое самосознание позволяет человеку определить своё место в мире различных этнических групп, формируя общую картину мира. Присутствуя в различных (социальных, межкультурных) коммуникациях, этническое самосознание позволяет человеку достигнуть понимания особенностей своих и других этносообществ.

Как полагает в своих исследованиях Г.У. Солдатова, за последнее десятилетие 20 века представители титульных народов республик России – татары, тувинцы, якуты – стали воспринимать свою этническую общность как

⁸² Кареев Н.И. Основные вопросы философии истории: Критика историософических идей и опыт научной теории исторического прогресса: В 2 т. Т. 1. М., 1983. - С. 158.

более привлекательную. В условиях реальности постсоветской России повышение этносоциального статуса указанных этносов было сопряжено с ростом чувства гордости и в снижении чувства стыда за свой народ⁸³.

По мнению автора, в изменении представлений о своей национальности сыграли роль различные факторы, и далеко не последнюю роль в этом играют и СМИ. Посредством же СМИ на родных языках этнических групп, которые выполняют особую консолидирующую функцию, в результате коммуникационного взаимодействия в поликультурной среде формируется этническое самосознание.

Так как осознание собственной этнической идентичности не есть нечто самопроизвольное и беспричинное: оно обусловлено в сильной степени конкретными общественными интересами и групповыми потребностями социального характера.

Следует отметить, что, несмотря на значительно повысившийся уровень этнологического анализа, по-прежнему, довольно сложно определить природу феномена этнической идентификации и ее роль в формировании национальных и наднациональных институтов. Однако, для того, чтобы усилились процессы этнической солидарности, нация, этнос или этническая группа должна уже существовать, иметь объективную, примордиальную природу. Тем не менее, очевидно, что давление внешней среды, различных социальных, политических факторов имеет определенное значение при этнических процессах. Здесь следует отметить тот факт, что выделение теоретических парадигм в науке носит всегда условный характер.

Таким образом, этническая идентификация, как процесс и продукт противоречивого взаимодействия, процесс поиска индивидом или этнической группой этноотличительных признаков самоопределения, которые характеризуются различиями в языке, во внешних антропологических данных, в религиозной и государственной принадлежности, традиционной культуре, территориальной обособленности,

⁸³ Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. - М., Смысл, 1998. – С. 305

общем этническом самосознании, самоназвании, представленными не только «примордиальными» характеристиками (традиции, бытовая культура, язык, религия и др.), а также и характеристиками «конструктивизма» (СМИ, национальная политика государства, система образования и т.д.).

В применении к бурятской этничности в трудах бурятских ученых по идентичности бурят представлены как примордиалистские, так и конструктивистские взгляды. В данном диссертационном исследовании этническая идентификация представлена с примордиальной и конструктивистской точки зрения, которые не исключают друг друга, а представляют особую модель или этносоциальный конструкт из наиболее важных аспектов, что позволяет рассмотреть национальное телевидение, как фактор развития этнической идентификации бурят.

1.3. Методика исследования национального телевидения как фактора развития этнической идентификации

Аудитория СМИ в целом, а также отдельных телеканалов распространения информации (совокупная аудитория) относится к типу массовой аудитории. Для такой массовой аудитории характерны неоднородность, рассредоточенность и анонимность.

С точки зрения социологических категорий и интерпретаций, лежащих в основе понятия аудитории, она может трактоваться и как «масса» - аморфная социальная общность, и как «социальная группа» - относительно устойчивая совокупность людей, имеющих общие интересы, образ и стиль жизни, ценности и нормы поведения, складывающиеся в рамках исторически определенного общества. Социальная группа находится в системе внутренних и внешних взаимодействий, для неё характерен определенный набор социальных норм, она имеет свою ролевую структуру⁸⁴.

⁸⁴ Социология журналистики. Под ред. Корконосенко С.Г. – М.: Изд. Юрайт. 2013. - С. 350.

Как считает в своих работах Н. Луман⁸⁵, понятием масс-медиа должны быть охвачены все общественные учреждения. Система масс-медиа – это и технические средства для распространения сообщений, это книги, журналы, доклады, театральные представления, концерты и т.д. и т.п., и то, что между отправителем и адресатами не может состояться непосредственная интеракция. Реальность масс-медиа состоит в их собственных операциях: в печати, в вещании, в чтении, в просмотре передачи. Коммуникация возникает лишь тогда, когда надо что-то читать, понимать, а затем обсуждать. То есть в системе масс-медиа объективно заложено единство информации и коммуникации.

Таким образом, аудитория как социальная общность, состоит из читателей, слушателей, зрителей, т.е. тех, кто взаимодействует с предлагаемой массовой информацией. Это совокупность людей, к кому обращается то или иное средство массовой коммуникации. Притом, что величина и устойчивость аудитории определяются тем, насколько глубоко и хорошо то или иное средство массовой информации удовлетворяют потребности и запросы людей. В значении социальной группы, обладающей общими социальными характеристиками, состоящей из людей с едиными информационными интересами, имеющих единый социальный статус, то СМИ в данном случае ориентируется на целевую аудиторию.

Как полагает В.С. Коробейников, «аудитория - устойчивая совокупность людей, возникающая на основе общности их информационных потребностей, интересов (вытекающих из их социальной принадлежности), а также форм, способов, каналов удовлетворения этих потребностей»⁸⁶.

Сущность аудитории, по мнению следующего ученого Е.Н. Юдиной, заключается в том, что «аудитория в процессе сообщения отражает взаимосвязи людей между собой и обществом в целом. Объемы аудитории являются показателями социальной значимости и масштабов влияния

⁸⁵ Луман Н. Реальность масс-медиа. Пер. с нем. А.Ю. Антоновского. – М.: Практикс, 2005.- С.11-15.

⁸⁶ Коробейников В. С. Редакция и аудитория: социальный анализ. - М.: Мысль, 1983. - 117 с.

определенного источника информации. Понятие «аудитория» близко к таким строго очерченным научным понятиям, как «публика» и «масса»⁸⁷.

Кроме того в исследованиях различаются: реальная и потенциальная аудитории. Для потенциальной аудитории характерны технически достигаемые для СМИ потребители, а для реальной аудитории характерны постоянные или частые обращения к тому или иному СМИ. Таким образом, аудиторию можно ограничить во времени: постоянный потребитель, регулярный потребитель, случайный потребитель, потенциальный потребитель. Основное ограничение вводится по каналу массовой информации – обращение аудитории к конкретному СМИ или сходным по типу.

В России достаточно часто изучается телевизионная аудитория с целью выявления величины аудитории и соответственно рейтинга телеканалов. Данная сфера регулярного сбора информации и выявления характеристик телезрителей, радиослушателей, читателей называется *медиаметрией*. Однако, данные, которые предлагают исследовательские центры, касаются лишь поведения аудитории и содержат ответы на простейшие вопросы (Кто и что смотрит, читает, слушает? Как это происходит? Какой именно канал, издание?). При этом, ни в масштабе российских СМИ, ни региональных СМИ не проводится регулярное изучение особенностей восприятия выходящих материалов, их социально-политических последствий. Хотя значительность уровня воздействия СМИ на личность и общество на сегодняшний день очевидна.

Республика Бурятия обладает средним уровнем насыщенности электронных СМИ. В городах и районах республики работают 11 телеканалов, половина из которых – негосударственные, 4 из которых местные. В городе Улан-Удэ вещает 9 московских каналов, 3 из которых имеют сетевых партнеров в регионе с объемом вещания от 3 до 6 часов

⁸⁷ Юдина Е.Н. Медиапространство как культурная и социальная система: Монография. – М.: Прометей, 2005. – С. 11.

ежедневно (некоммерческие телеканалы – ТК «Ариг Ус», СТС-Байкал, государственный телеканал ГТРК «Бурятия»). С 2010 г. Улан-удэнская телекомпания «Тивиком» прекратила отношения со своим сетевым партнером в лице федерального телеканала РЕН-ТВ и полностью перешла на формирование собственной сетки вещания. В 9 районах республики вещает 3 телеканала, в Северобайкальском районе помимо 3-х телеканалов представлена 1 местная студия телевидения. Местные коммерческие телеканалы вещают на город и близлежащие районы, потенциальная аудитория составляет 480000 зрителей. Это социально и экономически наиболее активная часть аудитории, проживающая в политическом, финансовом и культурном центре региона. Благодаря разработанной с общероссийским сетевым партнером сетке совместного вещания, телеканал ТНТ - «Ариг Ус» имеет 26 % от всего транслируемого эфира. Подавляющая часть собственных программ телекомпании «Ариг-Ус» транслируется в наиболее удобный вечерний прайм-тайм. Как мы отмечали ранее, из них только государственный телеканал ГТРК «Бурятия», коммерческие телеканалы «Ариг Ус», «Тивиком», кабельный телеканал «Мир» имеют формат национального телевидения.

В контексте нашей исследовательской работы особый интерес вызывает и обратная связь коммуникативного процесса, то есть не только привлекательность телеканалов с форматом национального телевидения в глазах потенциальной целевой аудитории, но и то, как сказывается воспринятая информация на родном языке на формирование духовного мира человека, на внутриэтнические и межэтнические взаимодействия этносов.

Для исследования воздействия национального телевидения на развитие этнической идентификации телевизионной аудитории нами выбраны две стратегии выборки: типологическая и репрезентативная. Когда речь идет о моделях поведения аудитории, могут быть задействованы обе стратегии. Но когда речь идет о размерах аудитории, лучше всего обеспечит достижение цели именно репрезентативная выборка.

Так как количество проживающих на территории Республики Бурятия бурят является численно большим, то процедура формирования выборочной совокупности была проведена многоступенчатым способом отбора.

В данной работе необходима целевая выборка, которая строится по принципу принадлежности респондентов к этнической группе бурят. Целевая выборка — это выборка, формирующаяся по специальным заранее заданным признакам генеральной совокупности. Используемым методом выборки являлась квотная (пропорциональная) выборка, когда респонденты выбирались целенаправленно, с соблюдением параметров квот, изначально заданных по модели генеральной совокупности. Поэтому опрашивался любой человек, удовлетворяющий заданному критерию принадлежности к целевой группе.

Для цели исследования существенны следующие характеристики генеральной совокупности: половозрастной, социально-профессиональный состав обследуемых, пространственная локализация и этническая принадлежность.

В нашем исследовании приняли участие 450 респондентов, владеющие русским и бурятским языками, в возрасте от 15 до 70 лет. В число респондентов вошли жители Тункинского, Окинського, Иволгинского, Заиграевского районов республики и г. Улан-Удэ, являющиеся потенциальными и реальными телезрителями национального телевидения республики.

Выбор определённых районов для исследования объясняется тем, что жители Тункинского, Окинського районов могут смотреть только государственный телеканал ГТРК «Бурятия» с форматом национального телевидения, и федеральные телеканалы. Из-за отсутствия технической возможности смотреть коммерческие телеканалы республики они не могут смотреть программы на бурятском языке, выходящие на коммерческих и кабельных телеканалах. Два ближайших района к городу Улан-Удэ - Иволгинский и Заиграевский районы, технически охватывают 2

коммерческих телеканала, что даёт им возможность смотреть все республиканские программы на национальном языке.

Определение потенциальной или реальной аудитории телевидения (или охвата аудитории), решается достаточно отработанными методиками, среди которых главенствует опрос – с помощью интервью или анкеты. Данным методом определяются модели телесмотрения.

Определив типологию исследуемой аудитории, на следующей ступени нашего исследования мы распределили респондентов по полу, поскольку нам важно выяснить, какова разница между мужчинами и женщинами в выборе телевизионных программ, и что обуславливает выбор тех или иных программ.

Таблица 3.

Сравнение выборочной (гендерной) совокупности по полу

Название муниципального образования, города	Генеральная совокупность, проживающих на территории города и районов бурят (% от общего числа проживающих граждан)	Число и доля в % от генеральной совокупности	Число и доля в % от генеральной совокупности	Выборочная (гендерная) совокупность		Всего опрошенных:
		мужчины	женщины	мужчины	женщины	
г. Улан-Удэ	87376 (21 %)	41798	45578	67	72	139
Заиграевский район	5358 (11,7%)	2809	2549	43	38	81
Иволгинский район	15200 (40%)	8346	6584	51	44	95
Тункинский район	15189 (61,4%)	6270	8919	32	45	77
Окинский район	2599 (55,3%)	1036	1563	22	36	58
Общее количество бурят, проживающих на указанных выше территориях города и районов	125722 (47%)	60259	65193	215	235	450
Всего проживает на территории Республики Бурятия:	286,8 тыс. чел (30 %)					

Репрезентативность нашей выборки обоснована использованием статистических данных, а также их сопоставлением и моделированием совокупности.

На следующем этапе нашего исследования нами были рассмотрены различные методы исследования.

Из общенаучных методов были выбраны: анализ, синтез, индукция, обобщение, измерение, сравнение, описание. Из социологических методов: статистический метод, анализ документов, опрос в форме анкетирования, неформализованного интервью телеаудитории.

Данные методы исследования в контексте нашей работы позволят изучить формирование этнической идентификации телевизионной аудитории. Важное место при проведении социологического исследования уделяется методам сбора социологических данных, что обеспечивает основу для проверки исследуемых научных предположений и получения нового теоретического знания.

Методы исследования предполагают системное изучение явлений общественной жизни, то есть «рассмотрение через призму всей совокупности связей и отношений, через выявление стабилизирующих и дестабилизирующих условий социальной среды»⁸⁸.

На этапе планирования нами были изучены многочисленные научные публикации по проблеме влияния национального телевидения на этническую идентификацию. Данная информация помогла при составлении анкеты.

С целью изучения влияния национального телевидения необходимо провести и контент-анализ материалов. Контент-анализ – исследовательская техника для получения выводов путем анализа содержания документов о состояниях и свойствах действительности (в том числе, источника текста сообщения и автора документа), систематическая числовая обработка, оценка и интерпретация формы и содержания информационного источника. Как

⁸⁸ Шабаев Ю.П. Этнополитология / Ю.П. Шабаев, М.: Юнити, 2005. – С.26.

метод исследования контент-анализ позволяет изучить содержание национальных телепрограмм.

Для проведения контент-анализа нами были отобраны ежедневные и еженедельные выпуски новостей, художественно-публицистические программы на бурятском языке. С января по апрель 2012 года записано 178 часов телевизионных передач на бурятском языке.

Одной из важнейших категорий наблюдения стали сфера жизнедеятельности героев телепрограмм, характеристики героев сюжетов, программ, рассмотрение актуальных проблем и жанрово-тематический анализ программ, которые позволят определить стратегию телеканалов с форматом национального телевидения.

Также в данном исследовании изучается телевизионная аудитория, которая достаточно многочисленна, поэтому для получения информации о субъективном мире людей, их склонностях, мотивах деятельности, мнениях был использован метод анкетного опроса. Основным инструментарием явилась анкета. Вопросы для респондентов содержат следующие тематические блоки:

1. Блок *«Социально-демографические характеристики»* телевизионной аудитории, фиксирующий профессиональное, семейное положение, социальный статус, возраст, уровень образования, место жительства.

2. Блок *«Частотность просмотра и оценка программ»*: количество времени на просмотр, наиболее предпочитаемые каналы, жанры, тематика национальных программ, рассматриваемые в программах современные проблемы, оценка профессионального уровня журналистов, телеведущих, отношение к рекламе.

3. Блок *«Влияние национального телевидения на межэтнические отношения»* направлен на рассмотрение межэтнических отношений бурят с другими этносами. Показывает наличие или отсутствие конфликтов, степень толерантного взаимодействия с другими этносами, тип этнической

идентичности, возможность соседства, профессиональных, дружеских, семейных контактов, и представлен следующими вопросами:

- Влияет ли национальное телевидение на межнациональные отношения в Республике Бурятия?

- Поясните, пожалуйста, каким образом происходит это влияние?

- Как бы Вы охарактеризовали влияние национального телевидения на политическую ситуацию в Республике Бурятия?

- Влияет ли национальное телевидение на социальную ситуацию в Республике Бурятия?

- Как бы Вы охарактеризовали влияние национального телевидения на культурно-ценностную ситуацию в республике?

- Какой у Вас профессиональный национальный круг общения?

- Какой национальный состав Ваших соседей?

4. Блок «Влияние национального телевидения на внутриэтнические отношения». Данный блок характеризует особенности этнической идентификации бурят, групповую сплоченность, также формируемый посредством национального телевидения. Данный блок состоит из следующих вопросов:

- Как Вы думаете, достаточно ли Средств массовой информации (газеты, журналы, телевизионные программы) на бурятском языке?

- Какие факторы объединения бурятского народа Вы могли бы назвать?

- Как Вы думаете, способствуют ли программы на бурятском языке сплочению бурятского народа?

- Заслуживает ли доверия информация, транслируемая в национальных программах?

- Влияет ли национальное телевидение на выбор Ваших жизненных целей, стремлений и социальных ориентиров?

- Каким образом влияет национальное телевидение на выбор Ваших жизненных целей, стремлений и социальных ориентиров?

- Каким образом влияет национальное телевидение на чувство национального самосознания у молодого поколения?

- Способствует ли национальное телевидение повышению уровню Вашего кругозора?

- Формированию каких качеств у телезрителя способствует содержание национальных программ?

- Назовите ведущих программ на бурятском языке, которых Вы знаете, к которым прислушиваетесь, смотрите часто их авторские программы?

- Назовите, пожалуйста, несколько национальных программ, в которых Вы узнали больше о жизни и деятельности Ваших любимых артистов, актеров, художников, композиторов?

- О каких бурятских народных обрядах, обычаях, праздниках Вы узнаете из национальных программ?

- Соблюдаете ли Вы, узнав из национальных программ, некоторые особенности обрядов, обычаев, праздников?

5. Блок *«Развитие этнической идентичности»* характеризует отношение к родному языку, степень владения, отношение к религии, знание и соблюдение традиций и обычаев, чувство принадлежности к своему этносу, отражает иерархию идентичностей в сознании людей, индивидуальный выбор какой-либо идентичности, оценку принадлежности к общностям.

- Кто Вы по национальности?

- Кем Вы ощущаете себя в первую очередь?

- Какой религии Вы придерживаетесь?

- Какой язык Вы считаете своим родным языком?

- Передает ли национальное телевидение Вам ощущение принадлежности к одному народу?

- Каким образом национальное телевидение передает Вам эти ощущения?

Итак, с целью получения достоверной информации нами выбрана следующая методика исследования: опрос аудитории телеканалов посредством анкетирования, контент-анализ регионального национального телевизионного поля, опрос профессиональных коммуникаторов в области масс-медиа посредством личного интервью, а также анализ документов. Для опроса коммуникаторов методом интервью определено количество респондентов, которое составило 37 человек. Интервью – метод сбора информации, построенный как исследовательское общение с индивидом по схеме «вопрос – ответ» и связанный с непосредственным наблюдением за личностью.

Следующей важной процедурой разработки социологического исследования является также теоретико-эмпирическое уточнение понятий.

Эмпирическая интерпретация основных понятий, выражающих узловые точки изучаемой проблемы, позволяет установить концептуальную схему исследования. Операциональное определение раскрывает лишь некоторое содержание терминов и предполагает частичное пояснение его значения⁸⁹.

Необходимо отметить, что этническая идентификация под воздействием средств массовой информации наиболее полно отражает процесс изменения идентичности бурят. Идентификационные процессы и, как результат, этническая идентичность бурят, зависят от межэтнического взаимодействия и характера межэтнических отношений, которые за последние два десятилетия, в условиях развития информационного общества, претерпели значительные изменения. Этническая идентификация постоянно находится под воздействием ценностей интеллектуальной элиты, транслирующихся с помощью масс-медиа, и, в то же время, субъективное, личностное отношение к условиям своего этнического окружения также находит отражение в этнических процессах.

⁸⁹ См.: Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программы, методы / В.А. Ядов. - Самара: «Самарский университет», 1995. - С. 52.

Человек в процессе идентифицирования осознает себя членом «своей» этнической группы. В массе людей, составляющих эту группу, ему комфортно, так как он ощущает психологическую поддержку. Реальным основанием для активизации этнической идентификации является полиэтничность окружающего мира, когда в результате межэтнического общения, воздействия СМИ, в данном случае СМИ на родном языке, индивид приобретает знания об особенностях этнических групп. В результате идентифицирования посредством сравнения этнических групп, индивид получает представление о своей причастности к этносу, который оценивается как «свой», а все другие как «чужие».

Специфика национального телевидения позволяет формировать внутреннее и внешнее коммуникативное толерантное взаимодействие, основанное на поиске ощущаемой совокупности этноотличительных черт, признаков, социальных характеристик, присущих той или иной этнической группе.

ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВЕЩАНИЯ И ТЕЛЕВИЗИОННОЙ АУДИТОРИИ В КОНТЕКСТЕ ЭТНИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

2.1. Внутриэтнические отношения между коммуникатором и аудиторией в рамках телевизионной массовой коммуникации

На коммуникативное взаимодействие социума указывает этимологическая близость различных однокоренных терминов «общность», «община», «общество» и «общение», которые неотделимо связаны друг с другом. В основе коммуникации лежит общение, то есть взаимодействие между субъектами и объектами в социуме.

При исследовании процесса передачи информации Б. Фирсов⁹⁰ называет фазу получения информации и реакций на неё потребителя посткоммуникативной. То есть восприятие, реакция на телевизионное сообщение проявляется в двух формах: эмоционально-оценочной и поведенческой. В соответствии с ценностными ориентациями эти две формы тесно связаны с этнической принадлежностью той или иной аудитории.

Многие отечественные исследователи рассматривают телевизионную массовую коммуникацию как одну из разновидностей человеческого общения, которые накладывают отпечаток на сам процесс общения и на его структурные компоненты. Однако, среди специалистов до сих пор продолжается спор о том, к числу каких отношений «субъект-субъектных» или «субъект-объектных» причислить отношения между коммуникатором и потребителем в телевизионной массовой коммуникации.

⁹⁰ Фирсов Б.М. Телевидение: социальность восприятия // Телевидение вчера, сегодня, завтра. – М., 1985. – С. 17-21.

Как считает Н.Н. Богомолова, «массовая коммуникация – это, прежде всего, общение больших социальных групп со всеми вытекающими отсюда социальными и психологическими последствиями»⁹¹.

В телевизионной массовой коммуникации отсутствует обратная связь, которая позволила бы как в межличностном общении удовлетворить эмоциональные и познавательные потребности партнеров.

Данное отличие и массовая социальная направленность телевизионной коммуникации наталкивает автора придерживаться той точки зрения, в соответствии с которой отношения между коммуникатором и потребителем являются отношениями *субъектно-объектными*.

Поскольку, как полагает Т.П. Скрипкина⁹², отличие заключается в том, что первые «субъектно-субъектные» отношения характеризуются как отношения «человека с человеком», а вторые «субъектно-объектные» - отношения «человека к человеку», поэтому уровень межличностной доверительности во втором случае качественно иной.

Таким образом, обращения телеведущих, авторов и героев программ к многомиллионной аудитории в той или иной форме в целом остаются в рамках сугубо субъект-объектных отношений.

Американский исследователь Липпман⁹³, изучая влияние телевизионной массовой коммуникации как воздействующего фактора на личность, считает, что человек не осознает влияния телевизионной коммуникации. Информация, полученная от СМИ, смешивается с представлениями и сплавляется в нечто неразделимое, неосознаваемое, что создает некую картину мира.

⁹¹ Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. – М.: Из-во Московского университета, 1991. – С.8.

⁹² Скрипкина Т.П. Психология доверия. – М.: Академия, 2000. – С.191.

⁹³ Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчунова, под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.

В известной схеме Г. Лассуэлла⁹⁴, отражающей наглядно простую модель телевизионного коммуникативного процесса, которая актуальна и в настоящее время, одним из основных элементов является аудитория:

1. кто? (передает сообщение) – коммуникатор;
2. что? (передается) – сообщение;
3. как? (осуществляется передача) – канал;
4. кому? (направлено сообщение)- аудитория;
5. с каким эффектом? – эффективность.

Рассматривая модель телевизионной массовой коммуникации, Г. Лассуэлл определял его воздействующим фактором на личность.

Французский исследователь Доминик Вольтон, изучавший воздействие телевизионной коммуникации на идентичность, писал, что «в обществе и пространстве, широко медиатизированном, идентичность коллективная (т.е. на уровне нации, города) попадает под угрозу самой коммуникации, которая имеет тенденцию все растворить в себе. Как избежать этого растворения идентичности или, скорее, как подумать о средствах, чтобы этот страх перед всеобщей анонимностью (т.е. обезличиванием) не создал опустошения, не наносил ущерба. То есть идентичность в информационной среде рассматривается всегда как реакция на что-либо, и если вчера идентичность была своего рода реакцией на открытость, то сегодня это реакция на «ультра открытость»»⁹⁵.

Поэтому проблематичность и проблемность осмысления своей идентичности появляется там, где есть потребность в реакции на что-то, в нашем случае – на информационные потоки.

Доминик Вольтон, рассматривая и изучая механизмы воздействия телевизионной информации на этническую и социальную консолидацию группы, а также их разделяющую роль в масштабе страны и провоцирование конфронтации и конфликтных ситуаций между различными этническими

⁹⁴ Lasswell D Harold Psychopathology and Politics, The University of Chicago Press, Chicago and London, 1977// Перевод Т.Н. Самсоновой, Н.В. Коротковой, Постскриптум, 2005

⁹⁵ Wolton D. Penser de la communication. – P., 1997.

группами, приходит к выводу, что в формировании идентичности приоритетную роль следует отдать информационным процессам и механизмам влияния на общественное мнение.

Так, исследователь А.Б. Мадияров⁹⁶ в своей работе утверждает, что национальные СМИ – важный элемент формирования идеологии межэтнического согласия». В свою очередь, Ю.С. Уфимцев⁹⁷ указывает на особую роль СМИ в воздействии на сознание и поведение личности, которые в силу своей общедоступности оказывают значительное влияние на мировоззренческие установки, субъективные ценности и предпочтения, регуляцию поступков и взаимодействие с другими людьми.

Любая личность в современном мире, являясь представителем той или иной национальности, выступает носителем духовных ценностей, постоянно испытывает информационное воздействие, направленное на формирование её отношения к окружающей действительности, идеалов и устремлений. Поэтому, мы можем утверждать, что этническая идентичность, как социальный феномен, может быть объектом информационного воздействия.

Стоит отметить, что центральное телевидение не в состоянии осветить региональные события, близкие местному населению, в нужном объеме.

Существенное значение национального телевидения обусловлено не только большим доверием к нему телезрителей, по сравнению с центральными вещателями, но и его предназначением в современных условиях, сверхзадачей, исторической миссией – стать ключевым консолидированным звеном в системе коммуникаций, объединяющих население региона на основе культурных ценностей, самобытных исторических традиций, отвечающих его духовным запросам.

Эти задачи в течение многих лет являются приоритетными для национальных редакций. Цель каждого материала, подготовленного в

⁹⁶ Мадияров А.Б. Влияние СМИ на формирование идеологии межэтнического согласия: дис. ...канд. соц. наук, 22.00.04. – Казань, 1998.

⁹⁷ Уфимцев Ю.С. Информационная безопасность государства и его силовых структур. – М.: 4-й филиал Воениздата, 2000. – С.72.

творческом блоке, - максимально показать вне зависимости от темы национальный колорит. Близость к аудитории позволяет журналистам национальных редакций обращать внимание на конкретные проблемы данного региона, являющиеся приоритетными для его жителей.

Таким образом, особые внутриэтнические взаимоотношения регионального телевидения со своим зрителем отображаются в знании своей аудитории и близости к ней. Эти взаимоотношения подчеркивают наибольший эффект воздействия на аудиторию посредством отражения и анализа фактов, событий, наиболее близких к региональному телезрителю.

Продукт деятельности журналиста – это текст, имеющий разные формы передачи аудитории. Журналисты – авторы, публицисты, художники слова, выражающие свою оценку, отношение к каким-либо ситуациям общественной жизни. Именно они своими нравственными (безнравственными) характеристиками могут повлиять на сознание аудитории.

В. Саппак, говоря о различных типажах московских и иногородних дикторов, первым отметил национальные особенности даже во внешнем облике тех, кого в те времена по праву называли «лицом студии»⁹⁸.

Тележурналист находит тему, согласовывает с редактором, берет в руки технику вместе с оператором выезжает на съемки, по возвращению со съемок монтирует сюжет вместе с монтажером. По результатам работы этого творческого союза создается телевизионный продукт (сюжет, передача, фильм).

Как пишет Зверева Н.В.⁹⁹ тележурналисту необходимо хорошо знать своего зрителя и перед выездом на съемки всегда задавать себе вопросы: «Для кого я делаю этот сюжет, программу? Что нового я хочу сказать своему зрителю? Что вынесет зритель из моего материала?».

⁹⁸ Саппак В. Телевидение и мы, Четыре беседы. - М.: «Искусство», 1988. – С.33.

⁹⁹ Зверева Н.В. Школа регионального журналиста. - М.: Аспект Пресс, 2004.-с.28.

По мнению В. Т. Третьякова¹⁰⁰ «тележурналист – не первооткрыватель, хотя аудитории может казаться таковым. Он – передатчик, в лучшем случае интерпретатор чужих мыслей и слов, в том числе слов подлинных свидетелей событий, но при этом тележурналист – субъект политического процесса».

Блохин И.Н.¹⁰¹ в своей работе предлагает новую трактовку социально-политической природы ролевого поведения журналиста. Как отмечает автор, журналистские роли могут располагаться в следующем диапазоне: «наблюдение без участия», «наблюдение частного как проявления общего», «участие как апелляция», «участие». При этом на каждом этапе автором выделяются основные профессиональные функции в процессе планирования, сбора информации и подготовки материала: беспристрастное отображение существующей реальной действительности; обобщение, то есть наблюдение частного как проявления общего; рекомендация, когда журналист предпринимает попытки повлиять на ситуацию; влияние самого журналиста и выступление в качестве политического деятеля.

Описывая и анализируя ситуации, которые носят национальный характер, журналисты неизбежно прибегают к обобщениям, поскольку даже указание этнического статуса дает основание для расширения смысловой нагрузки всего текста журналиста.

Так как журналист создает ситуации и становится источником информации, он может повлиять на результат ситуации, достичь определенных целей, изменять и сформировывать политическую жизнь.

Особое значение данный подход имеет в работе журналиста, работающего в структуре национального телевидения. В условиях межэтнических взаимодействий для профессиональной деятельности тележурналиста, работающего в формате национального телевидения, важно грамотное использование телевизионного ресурса при отображении реальной

¹⁰⁰ Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом: курс лекций по теории и практике современной журналистики. – М.: Ладомир, 2004. – с. 241 -242.

¹⁰¹ Блохин И.Н. Этножурналистика в политических процессах: ролевой анализ, диссертация доктора политических наук: 10.01.10. Санкт-Петербургский государственный университет. - Санкт-Петербург, 2009.

действительности, национальной проблематики, обобщение рассматриваемой информации, рекомендации и обращения к властным структурам, влияние на национальное и этническое сознание аудитории. По мнению исследователя Л.В. Матвеевой¹⁰², во взаимодействии телевизионной аудитории и телекоммуникатора важно само телесообщение, которое зависит от установки аудитории, а именно от некоего личностно, социально и культурно обусловленного «инварианта».

В восприятии телесообщения на индивидуальном уровне эффект воздействия определяется такими факторами, как селективное восприятие и межличностные отношения. При этом в качестве «инварианта» может выступить имеющийся у телезрителя образ «идеальной программы», представляющий собой сложное сочетание его установок, прошлого коммуникативного опыта, индивидуальных особенностей восприятия, культурных и нормативных ценностей.

«Это некий идеальный образ коммуникативного сообщения, который включен в целостный образ мира человека и представляет собой результат социального конструирования реальности»¹⁰³.

То есть, различные типы аудитории обладают разной когнитивной сложностью (различия по полу, возрасту, образованию, профессии, этнической принадлежности и т.д.), и разные типы передач адресуются к различным ожиданиям и требованиям аудитории. При этом, обращаясь к зрителю, как к человеку на уровне социально-групповой идентификации и, прежде всего, выступающему с позиции своей социальной роли, в сознании зрителей актуализируется все многообразие социальных, этнических связей – персональной, социальной, этнической, групповой идентификации.

Таким образом, телевизионное сообщение этнического характера оказывает влияние на личность, формируя некоторые образы реальности на определенный манер.

¹⁰² Психология телевизионной коммуникации // Матвеева Л.В., Анисеева Т.Я., Мочалова Ю.В., М.: РИП-холдинг, 2004. – С. 215.

¹⁰³ Там же. – С. 208.

Коммуникативные установки, ожидания и требования по отношению к телекоммуникатору как партнеру по общению, имманентно присущие индивидуальному и коллективному сознанию представителей аудитории, могут быть выявлены через зрительскую оценку экранного образа ведущих.

Между тем, в телевизионной коммуникации обратная связь, как важнейший элемент коммуникативного процесса, играет ключевую роль.

В контексте нашей работы, выявляя обратную связь коммуникативного процесса, а именно привлекательность телеканалов с форматом национального телевидения в глазах потенциальной целевой аудитории, необходимо исследовать отношение аудитории к национальному телевидению, что, по-нашему мнению, определяется многими факторами: социальным статусом, уровнем образования аудитории и насыщенностью региона СМИ.

Изучение аудитории СМИ дает возможность проанализировать состояние массового сознания, основные интересы и предпочтения аудитории, уровень озабоченности теми или иными социально-политическими, этническими проблемами.

По результатам наших исследований, в распределении ценности источников информации по каналам, число людей, предпочитающих телевидение всем другим источникам, превышает ценителей газет, радио и интернета. Так, большинство опрошенных экспертов (Рисунок 2.) считают главными источниками информации для себя общефедеральное и местное ТВ (33,7%). На 2-м месте у экспертов оказался интернет (27,8%) и только на 3-м и 4-м местах пресса общенационального и местного распространения (21,3%) и радиоканалы (17,2%).

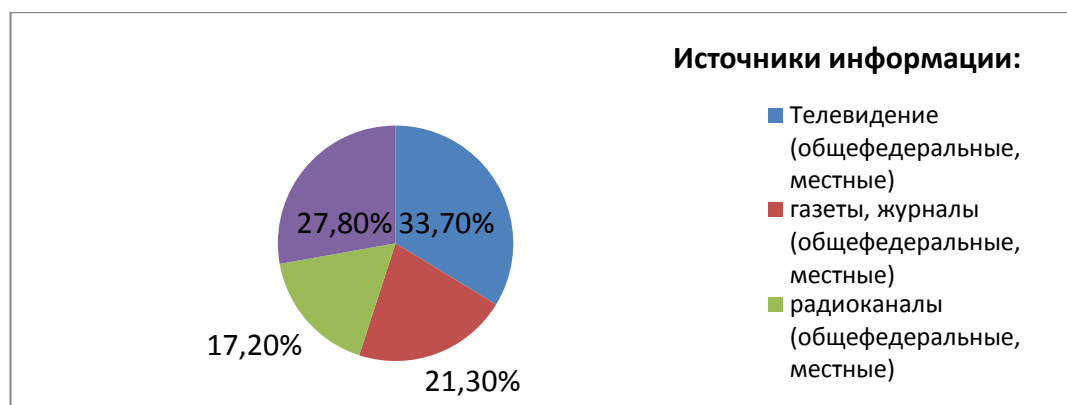


Рисунок 2. Предпочтения экспертов по источникам информации

Исходя из полученных данных по предпочтениям экспертов, мы можем полагать, что степень воздействия телевизионных каналов на аудиторию по сравнению с другими источниками информации гораздо выше.

Для определения потребности функционирования СМИ на бурятском языке в регионе, нами был задан вопрос экспертам «Как вы думаете, достаточно ли средств массовой информации (газеты, журналы, телевизионные программы) на бурятском языке?» (Рисунок 3).

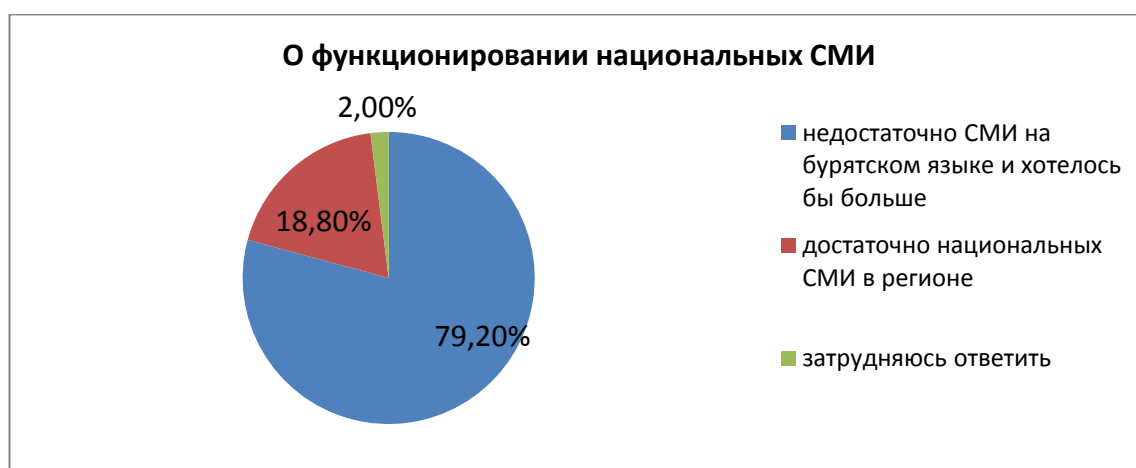


Рисунок 3. Мнения экспертов о потребности функционирования СМИ на бурятском языке в регионе

Как мы видим, абсолютное большинство экспертов высказались, что не хватает СМИ на бурятском языке и хотелось бы больше (79,2%), 18,8% опрошенных высказались о достаточности национальных СМИ в регионе, 2% затруднились ответить. Следует отметить, что в числе экспертов,

высказавшихся об увеличении региональных национальных СМИ, были профессиональные тележурналисты, телеведущие, радиоведущие, редакторы и корреспонденты национальных газет, теле- и радиоканалов.

Для определения особенностей взаимодействия национального телевидения и телевизионной аудитории в контексте этнических процессов обратимся к нашему обширному социологическому исследованию.

В нашем исследовании приняли участие респонденты, идентифицирующие себя, в первую очередь, бурятами (100%) (Приложение № 2), придерживающиеся религии буддизм (93,6% из опрошенных) и шаманизм (6,4%). Большинство из них - 91,7% респондентов считают своим родным языком бурятский язык, русский считается родным для 8,3 % респондентов.

При этом 87,9 % респондентов считают, что национальное телевидение передает им ощущение принадлежности к одному народу. Каким образом через национальные телеканалы передаются эти ощущения, мнения респондентов расположились следующим образом.

Таблица 4.

Ответы респондентов на вопрос «Каким образом национальное телевидение передает Вам ощущения принадлежности к одному народу?».

	Параметры	%
1	когда слышу в программах песни о Родине, о моем народе на родном языке	32
2	когда слышу о выдающихся достижениях людей моей национальности	23,6
3	когда смотрю острые социальные программы, например, люди моей национальности не получают желаемой работы, несмотря на их способности и деловые качества	13
4	Когда показывают народные праздники	28
5	когда обсуждают в эфире историческое прошлое моего народа	16,4
6	когда показывают дацаны, святые места	17
7	иное	0

Как показывают результаты (Таблица 4), 32% респондента выбрали пояснения, что чувствуют себя единым народом, когда смотрят программы о малой Родине на родном языке. Ощущение сопричастности респондентов передается через программы о народных праздниках (28%), о высоких достижениях людей своей национальности (23,6%), когда показывают дацаны, святые и сакральные места Бурятии (17%), когда в эфире обсуждается историческое прошлое бурятского народа (16,4%) и когда показывают острые социальные программы, с участием людей бурятской национальности (13%).

В целом, потенциальными телезрителями являются 96% респондентов, все они имеют телевизоры, среди 4%, не имеющих телевизоры, больше всего студентов. Почти у 73% респондентов – телевизоры со спутниковыми или кабельными подсоединениями. На вопрос интервьюера: «Держите ли вы дома газету с телепрограммой на неделю или она вам не нужна?» только 6% опрошенных ответили отрицательно. Доля тех, кто держит всю неделю и регулярно обращается к телепрограмме, составила 78,35%, а тех, кто пользуется телепрограммой изредка, составила 16,06%. При изучении потребительского поведения телезрителя перед экраном, выясняется, что выбором программ для совместного просмотра занят мужчина (в 75% случаях это именно совместный просмотр, а не индивидуальное времяпровождение). Среди всех возрастных категорий именно мужчина держит пульт дистанционного управления и переключает каналы.

Таким образом, среднестатистический житель Республики Бурятия тратит на просмотр телепередач гораздо больше времени, чем на чтение или какие-то занятия по хозяйству. Так, судя по ответам на вопрос интервьюера, в будни телезритель проводит перед телевизором 2-3 часа (32%). А в выходные дни время телепросмотра увеличивается в среднем до 3-4 часов (47%) (Рисунок 5.). Среди выбравших временной промежуток от 30 минут до 1 часа в будние дни в большей степени работающие респонденты, которые уделяют просмотру телевизора вечернее время прайм-тайм, когда идут

вечерние федеральные или региональные новости. Наибольший процент среди уделяющих время в выходные дни 3-4 часа составили пожилые люди и школьники. Как мы видим, не уделяющих времени просмотру телевизора и затруднившихся ответить на вопрос, среди респондентов не оказалось.

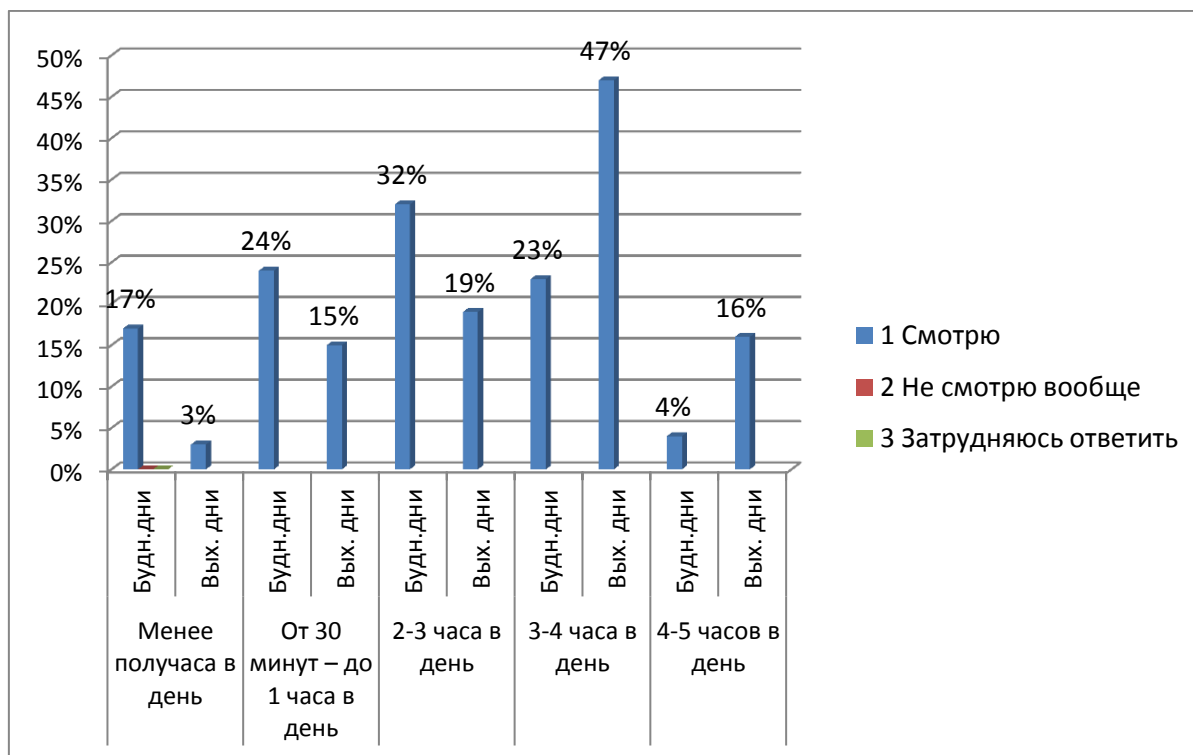


Рисунок 5. Ранжирование по времени, уделенному респондентами просмотру телевизора в будничные и в выходные дни

Вопреки распространенному мнению о том, что женщины и мужчины одинаково смотрят телевизор, исследования показали, что среди женщин все же больше любительниц телепросмотра во все часовые промежутки, кроме времени после полуночи, когда число сидящих перед телевизором мужчин начинает превышать число женщин. Что касается возрастных характеристик телепросмотра, то с 6 до 9 утра телевизор смотрят чаще люди зрелого и предпенсионного возраста (55-59 лет), среди мужчин – 11%, среди женщин – 12%. С 9 до 11 утра определенно время тинейджеров, которые учатся во вторую смену (процент среди мужчин – 5%, среди женщин – 6%) (Рисунок 6). Дневной телепросмотр собирает у телевизоров женщин и мужчин старших возрастных групп, а также неработающих молодых людей до 18 лет (процент среди мужчин – 24%, среди женщин – 32%). С 19 до 21 часа перед

телевизором усаживается наиболее трудоспособное население в возрасте от 35 до 44 лет (процент среди мужчин – 33%, среди женщин – 34%). В прайм-тайм возрастные группы перед телевизором количественно сближаются, в промежутке с 21 до 23 часов доля, уделяющих время просмотру телевизора среди мужчин – 12%, среди женщин – 13%. А вот после 24 часов телеаудитория становится более мужской, но при этом, вопреки распространенному мнению, телеаудитория не становится более молодежной. Мужчины в возрасте от 45 до 54 лет по-прежнему составляют костяк полуночной аудитории (процент среди мужчин – 15 %, среди женщин – 3%). Не уделяющих времени просмотру телевизора и затруднившихся ответить на вопрос, среди респондентов также не оказалось.

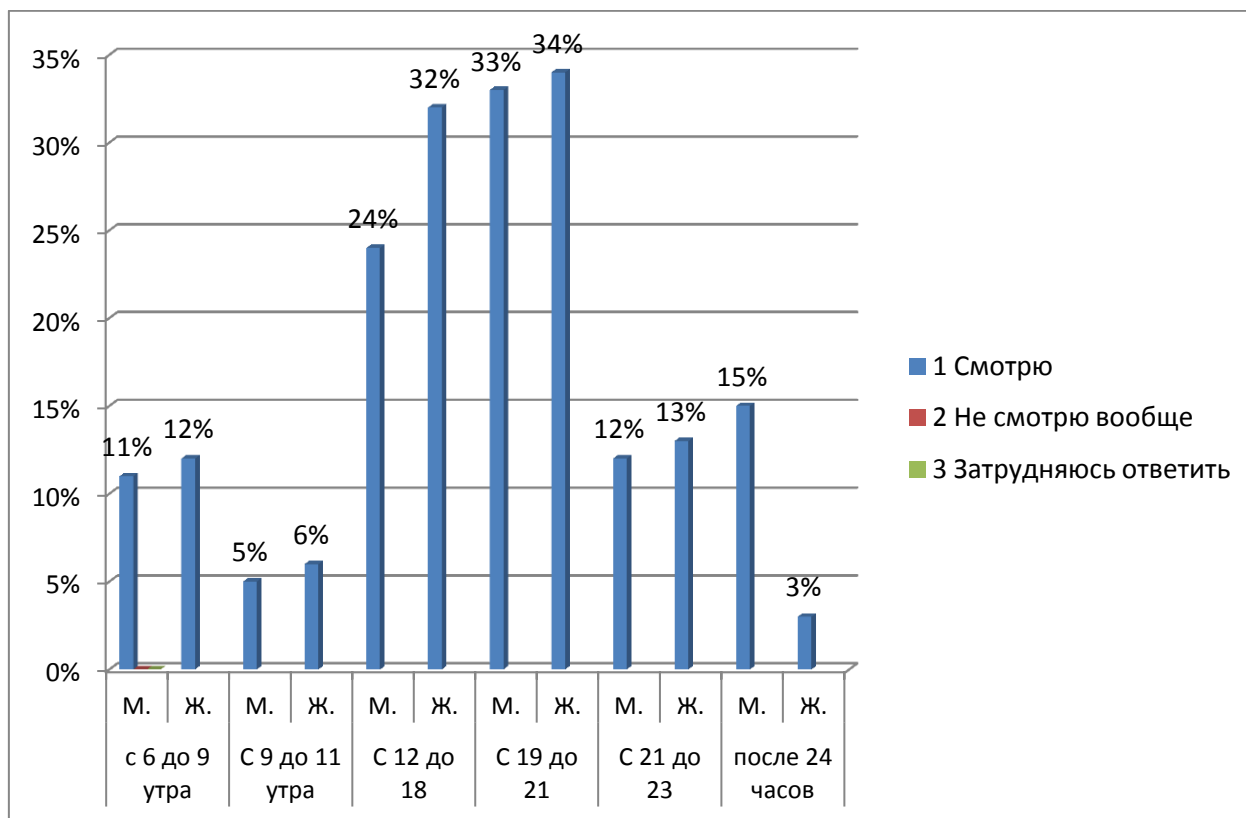


Рисунок 6. Ранжирование телепросмотра во все часовые промежутки мужчинами и женщинами

Для определения рейтинговости и интересности местных телеканалов, телеканалов с национальным телевидением нами были заданы следующие вопросы.

На вопрос «Смотрите ли Вы местные телеканалы? Если смотрите, то, как часто?» ответы респондентов распределились следующим образом: 2-3 часа в день смотрят – 46% опрошенных, от 30 минут до 1 часа в день – 27%, менее получаса в день – 13%, 3-4 раза в неделю – 11%, 1 – 2 раза в неделю – 3%, не смотрящих среди респондентов не оказалось (Рисунок 7).

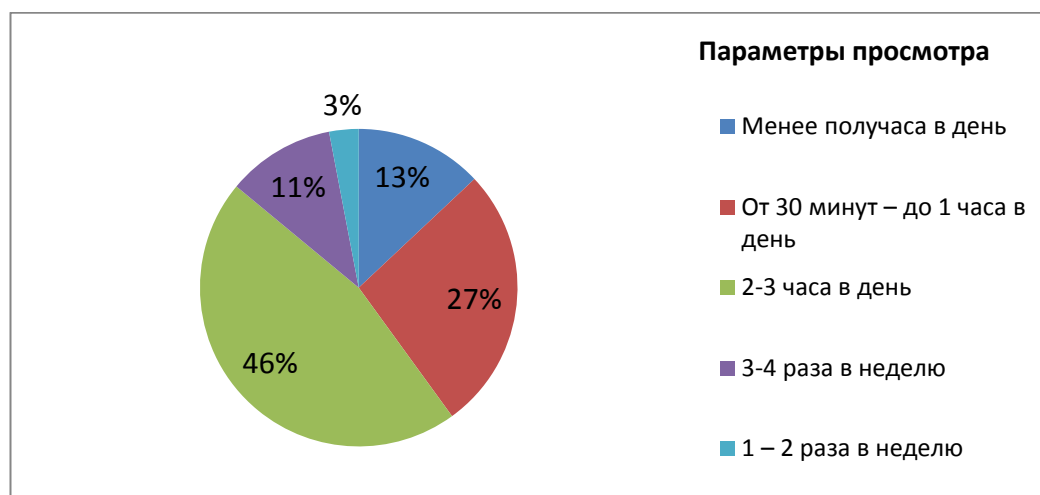


Рисунок 7. Просмотр местных региональных телеканалов

На важный для нашего исследования вопрос о частотности просмотра программ на бурятском языке, мнения респондентов распределились следующим образом (Рисунок 8).

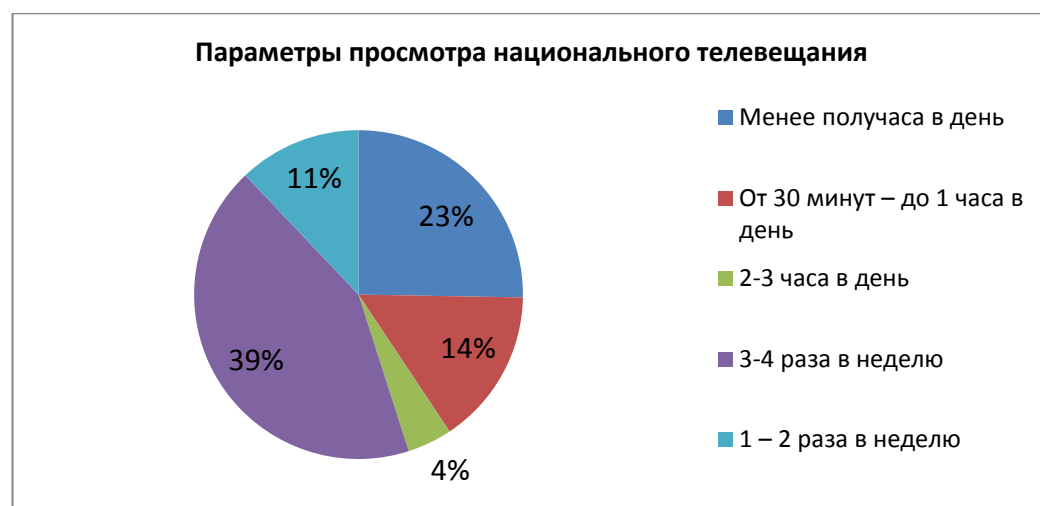


Рисунок 8. Просмотр национального телевидения

Сравнивая данные просмотра национального телевидения (Рисунок 8) с данными о просмотре в целом региональных телеканалов (Рисунок 7), мы

можем сделать вывод о редком телесмотрении национальных программ (3-4 раза в неделю), нежели просмотр региональных телеканалов в целом (2-3 часа в день). Если все респонденты уделяют время просмотру региональных телеканалов, то 17% опрошенных не смотрят программы на бурятском языке. Большую часть из 17% телезрителей, не уделяющих внимания просмотру программ на бурятском языке, составляют респонденты, не владеющие родным языком, которые проживают в городе. Сравнительно низкий рейтинг национальных программ объясняется небольшим ежедневным объемом телевещания, трансляцией интересных программ, которые могли бы привлечь аудиторию, в неудобное для телезрителей время.

Среди зрителей национальных программ, постоянно уделяющих время просмотру новостных и художественно-публицистических программ на бурятском языке (менее получаса в день), большинство составили жители Тункинского и Окинского районов.

Следующий вопрос «Какие из телеканалов центрального телевидения Вы смотрите больше и чаще других?» мы задали для выявления рейтинговых значений федеральных телеканалов. Респонденты могли указать не более трех телеканалов. Из полученных в опросных листах данных выведена таблица, показывающая, кто является лидером предпочтений республиканской телевизионной аудитории.

Таблица 5.

Ответы респондентов на вопрос «Какие из телеканалов центрального телевидения Вы смотрите больше и чаще других?»

Рейтинговые значения:	Количество ответов:	% к количеству ответивших:	Тексты ответов:
1	284	67,48%	Россия 1
2	266	61,86%	ТНТ
3	156	36,27%	1 канал
4	104	24,35%	РЕН
5	50	11,62%	«Культура»
6	47	10,93%	«НТВ»
7	40	9,30%	«СТС»
8	16	3,72%	Телеканалы на кабельном, спутниковом ТВ

9	12	2,79%	5 канал Петербург
10	26	6,04%	Другой вариант

Табличные данные с зафиксированными результатами опроса аудитории показывают, что за лидерство зрительских предпочтений в Бурятии телеканал «Россия 1» напряженно борется с телеканалом ТНТ., а за 3 место конкурирует телеканал «РЕН» с 1 каналом. С очень заметным отрывом от четверки лидеров отстают телеканалы «второго эшелона» «Культура», «СТС», НТВ.

Следующий вопрос также позволил нам выстроить рейтинг региональных телеканалов.

Таблица 6.

Ответы респондентов на вопрос «Какие из телеканалов регионального телевидения Вы смотрите больше и чаще других?»

Рейтинговые значения:	Количество ответов:	% к количеству ответивших:	Тексты ответов:
1	273	60,66%	«Тивиком»
2	262	58,22%	«Ариг ус»
	209	46,44%	ГТРК «Бурятия»
	181	40,22%	ГТРК «Бурятия» на бурятском языке
3	176	39,11%	Кабельный телеканал «Мир-Бурятия»
4	139	30,88%	«СТС-Байкал»
5	13	2,88%	Не смотрю вообще
6	11	2,44%	Другой вариант
7	0	0%	Затрудняюсь ответить

Как показывают данные таблицы №6, аудитория отдает предпочтения коммерческим телеканалам «Тивиком» (60,66%) и «Ариг ус» (58,22%), разница между ними в рейтинговой таблице незначительная. Стоит отметить небольшую разницу между вещанием на русском (46,44%) и бурятском языках (46,44%) ГТРК «Бурятия». Данные с таблицы позволяют нам сделать вывод о значимости и рейтинговости вещания ГТРК «Бурятия» на бурятском языке. Интересно заметить, что телеканал «СТС-Байкал» уступил позиции кабельному телеканалу «Мир-Бурятия», который в последнее время

расширил штат сотрудников и делает упор на качественное вещание. Формат развлекательного телеканала «СТС-Байкал» не позволяет готовить серьезные телевизионные продукты, что отражается и на его рейтинге.

Показатели предпочтения тех или иных общенациональных и местных телеканалов уточнялись и конкретизировались далее в вопросах по просмотру определенных программ.

Таблица 7.

Ответы респондентов на вопрос «Оцените, пожалуйста, информационные программы новостей разных каналов в плане Вашего личного предпочтения. Если бы все шли в одно время, какую бы Вы сами стали смотреть? (предлагалось выбрать 1 вариант)»

Рейтинговые значения:	Количество ответов:	% к количеству ответивших:	Тексты ответов:
1	115	26,74%	Вести 1, Вести 24
2	81	18,83%	«Новости дня» ТК «Тивиком»
3	77	17,90%	«Восточный экспресс» ТК «Ариг Ус»
4	58	13,48%	«Новости на 1 канале»
5	18	4,18%	«Вести Бурятия», «Вести Бурятия на бурятском языке»
6	15	3,48%	«Новости 24» на ТК «Рен»
7	14	3,25%	«Новости» ТК «Культура»
8	11	2,55%	«Сегодня» на НТВ
9	22	5,11%	Другой вариант

Внимательное рассмотрение таблицы и сравнение её с предыдущими данными показывает, что в информационном вещании разрыв между лидерами зрительских предпочтений не столь велик. ТК «Тивиком» со своей информационной программой «Новости дня» занимает 2 место, совсем немного отстает «Восточный экспресс» ТК «Ариг ус».

Информационные выпуски местных телеканалов вытесняют на 4 позицию «Новости на 1 канале». Зато увеличен разрыв между новостными программами коммерческих телеканалов Бурятии с государственной новостной программой «Вести Бурятия» в предпочтительности просмотра. Так скажем, в городе и в районах, где показывают местные коммерческие телеканалы, государственный телеканал ГТРК «Бурятия» уступает в 3 раза.

При вопросе «На каком из местных телеканалов лично Вы смотрите программы на бурятском языке?», то число указавших ГТРК «Бурятия» значительно превышает долю тех, которые называют ТК «Тивиком», ТК «Ариг–Ус», что подчеркивает высокий рейтинг бурятского вещания ГТРК «Бурятия» среди аудитории (79,11%).

Таблица 8.

Ответы респондентов на вопрос «На каком из местных телеканалов лично Вы смотрите программы на бурятском языке?»

Рейтинговые значения:	Количество ответов:	% к количеству ответивших:	Тексты ответов:
1	356	79,11%	ГТРК «Бурятия»
2	306	68%	«Ариг ус»
3	185	41,3%	Кабельный телеканал «Мир-Бурятия»
4	72	16%	«Тивиком»
5	78	17,5%	Не смотрю вообще
6	53	11,7%	Другой вариант
7	0	0%	Затрудняюсь ответить

Еще ряд следующих вопросов касался известности, оценочной характеристики программ и зрительских привычек. Так, показатели предпочтений в телевизионных новостях важны тем, что основными мотивами обращения к телевидению являются информационные мотивы: «Для меня это источник информации» - ответили 60% респондентов, «Это такой способ отдыха», - ответили только 20% опрошенных. В Республике Бурятия телевещание выступает, как главный канал получения информации о происходящем в городе и в стране.

Для выявления лидеров тематических программ по степени интенсивности и регулярности просмотра, задавался вопрос о предпочтениях аудитории. Назывались разные программы, телезритель постоянно смотрит не одну, а несколько программ, что подчеркивает о типичности выбора. В этой связи телезрителей можно поделить (исходя из признаков набора разных программ для регулярного просмотра) на две основные группы. Первая предпочитает смотреть программы информационные, вторая –

развлекательные. Пересечений между ними практически не происходит. Другой немаловажный факт, что после новостей, развлекательных ток-шоу популярностью пользуются познавательные программы.

Помимо рейтинговых значений долей аудитории, регулярно предпочитающей ту или иную передачу, интересовал также имидж, складывающийся у телезрителя по отношению к определенным национальным программам местных телеканалов (Рисунок 9).

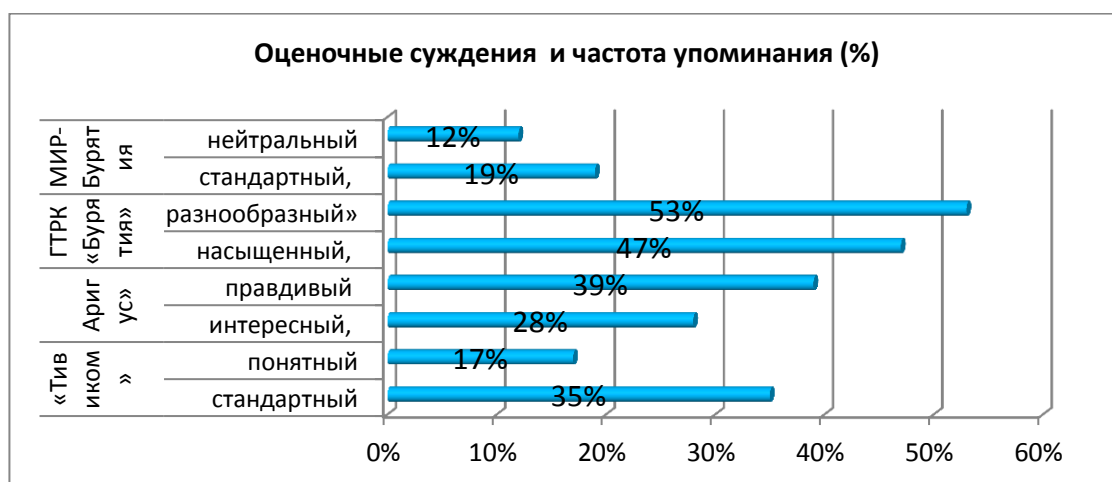


Рисунок 9. Оценочные суждения респондентов о телеканалах Республики Бурятия

Брэнд местного телеканала ГТРК «Бурятия» охарактеризовывался чаще всего, как «насыщенный» (47%), «разнообразный» (53%). Напротив, брэнд коммерческого телеканала «Ариг Ус» - «интересный» (28%), «правдивый» (39%), «Тивиком» - «стандартный» (35%), «понятный» (17%), «МИР-Бурятия» - «стандартный» (19%), «нейтральный» (12%). Заметим, что значительный процент респондентов, отметивших о правдивости наиболее рейтингового коммерческого телеканала «Ариг ус». Суждения о насыщенности и разнообразности государственного телеканала «Бурятия» необходимо отметить как наиболее выигрышные, ведь разножанровое и трёхязычное (на русском, бурятском, эвенкийском языках) телевизионное вещание ГТРК «Бурятия» позволяет расширять постоянную зрительскую аудиторию.

Таким образом, аудитория СМИ в Республике Бурятия – это преимущественно аудитория электронных медиа-каналов. Печатные издания охватывают в лучшем случае на 32-48%. При этом читающая аудитория Бурятии раздроблена. Местные СМИ по всем каналам массовой коммуникации либо значительно превосходят общенациональные источники (газеты), либо конкурируют с ними в информационном поле на равных (радио, телевидение). Национальное телевидение, как один из видов региональных СМИ, обладает наибольшим потенциалом (в сравнении с другими источниками идентификации) в формировании единого информационного пространства этноса и общей этнической идентичности.

В рамках анализа коммуникативного взаимодействия национального телевидения и аудитории, необходимо также обратиться к результатам анкетирования в блоке о влиянии национального телевидения на внутриэтнические отношения, так как именно в сравнении авторских и зрительских образов коммуникативного сообщения мы можем выявить те основные характеристики воздействия национального телевидения на развитие этнической идентификации и определить эффективность коммуникативного контакта.

Таблица 9.

Ответы респондентов на вопрос «Какие факторы объединения бурятского народа Вы могли бы назвать?»

	Параметры	%
1	происхождение и история	22
2	внешность	10,3
3	традиционная материальная культура (национальная кухня, одежда и т.д.)	7,8
4	свойства национального характера, особенности поведения	12,7
5	родственные связи	7,7
6	религия	12
7	язык	13,6
8	родная земля, природа, территория	13,9
	Итого	100

По данным Таблицы №9 мы видим, что наиболее важными факторами объединения бурят служат происхождение и история (22%), родная земля,

природа, территория (13,9%), язык (13,6%), свойства национального характера, особенности поведения (12,7%), религия (12%), внешность (10,3%). Как мы уже можем определить, все эти факторы отражены на национальных телеканалах.

Таблица 10.

Ответы респондентов на вопрос «Способствуют ли программы на бурятском языке сплочению бурятского народа?»

	Параметры	%
1	Да, способствуют, поскольку только за счет телевидения на родном языке мы можем объединиться	31,9
2	Да, способствуют, так как транслирует разные программы, сплочающие бурятский народ	52,3
3	Да, при просмотре программ на бурятском языке я ощущаю принадлежность к своему народу	10,4
4	Нет, не способствует, поскольку низкий рейтинг национальных программ не позволяет пропагандировать идею единения народа	3,8
5	Другое	1,6
6	Затрудняюсь ответить	0
	Итого	100

Итак, мы видим, что национальное телевидение способствует сплочению и объединению бурят, так как транслирует на бурятском языке разные программы, сплочающие народ (52,3%) и при просмотре программ телезрители ощущают принадлежность своему народу (10,4%). Незначительное количество (3,8%) респондентов высказались о низком рейтинге национальных программ, как не позволяющем пропагандировать идею единения народа в целом, и, действительно, выявив достаточно высокий рейтинг национальных программ среди целевой аудитории, мы доказали обратное.

При этом, мы решили выяснить, а заслуживает ли доверия телезрителей информация, транслируемая в национальных программах, на что были даны следующие ответы: вполне заслуживает – 87,5%, не вполне заслуживает – 10,3%, 1,3 % – совсем не заслуживает, 0,9% - затруднились ответить (Рисунок 10). Эти данные подтверждают высокий процент доверия телезрителей национальным телеканалам на родном языке.

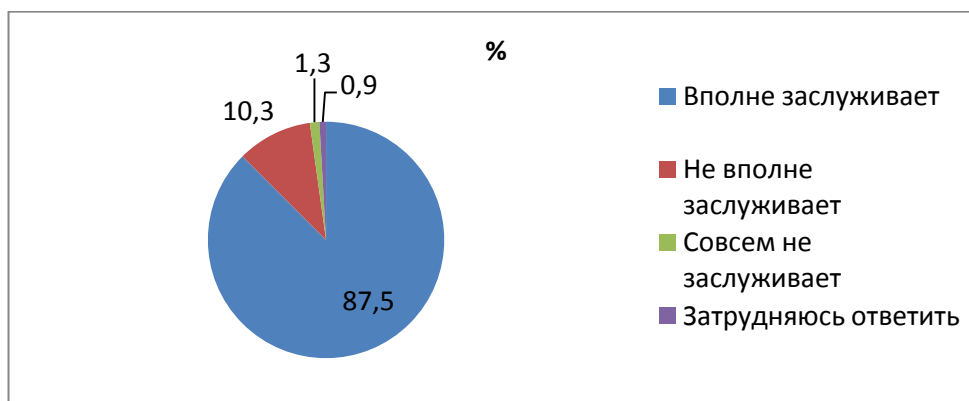


Рисунок 10. Процент доверия телезрителей информации, транслируемой в национальных программах

Следующий вопрос о влиянии национального телевидения на выбор жизненных целей, стремлений и социальных ориентиров также важен для нас, так как нам, в контексте определения влияния национального телевидения на внутриэтническую идентификацию, необходимо выявить не только уровень зрительского доверия, но и влияние телевидения на выбор жизненных целей и социальных ориентиров.

Таблица 11.

Ответы респондентов на вопрос «Каким образом влияет национальное телевидение на выбор Ваших жизненных целей, стремлений и социальных ориентиров?»

	Параметры	%
1	Национальное телевидение внушает мне, что для человека важна самореализация	47,9
2	Учит созданию крепкого семейного очага	59,6
3	Демонстрирует образ национальных героев, настраивая меня на служение своему народу и общему благу	38,4
4	Внушает стремление к большим доходам, к высокому социальному статусу	19,2
5	Другой вариант	11,7
6	Затрудняюсь ответить	16,1

Исходя из полученных данных, мы видим, что национальное телевидение, в первую очередь, учит созданию крепкого семейного очага (59,6%) и внушает телезрителю, что для человека важна самореализация (47,9%), демонстрируя образ национальных героев, настраивает телезрителей на служение своему народу и общему благу (38,4%).

При определении влияния национального телевидения на чувство национального самосознания у молодого поколения 83,2% респондентов высказались положительно, о том, что никак не влияет, высказались 13,4 % респондентов (Рисунок 11).

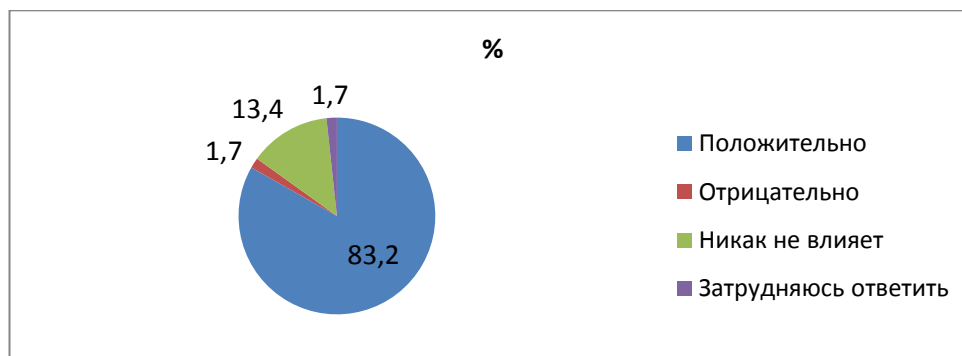


Рисунок 11. Ответы респондентов о влиянии национального телевидения на чувство национального самосознания у молодого поколения

При этом способствует ли национальное телевидение повышению уровня кругозора телезрителей, положительно высказались 76,9% респондентов, среди ответивших, что не способствует или способствует на незначительном уровне, мы наблюдаем ранее выявленные 17 %, не знающих и непонимающих бурятский язык респондентов.

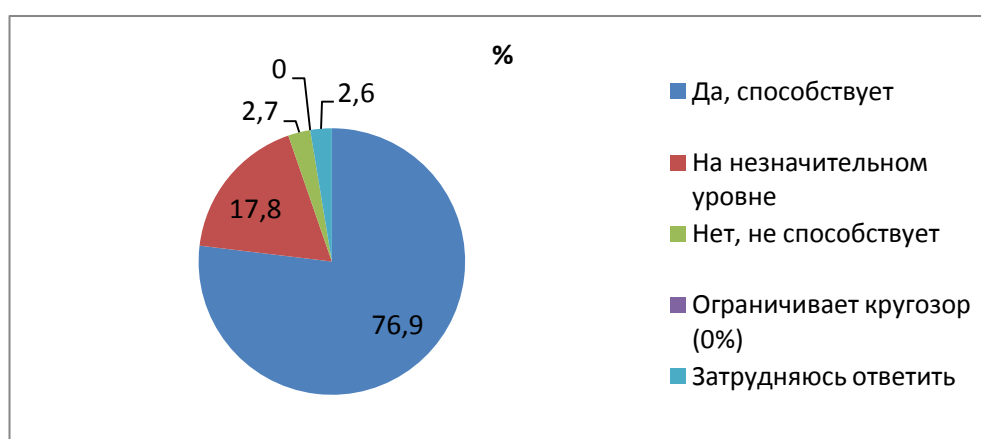


Рисунок 12. Ответы респондентов о влиянии национального телевидения на повышение уровня Вашего кругозора

Нами также был задан вопрос о формировании определенных качеств у телезрителя, на который мы получили следующие варианты ответов.

Таблица 12.

Ответы респондентов на вопрос «Формированию каких качеств у телезрителя способствует содержание национальных программ?»

	Параметры	%
1	Любовь к родному краю	53,4
2	Гражданственность	39,4
3	Гуманность	84,5
4	Уважение к старшему поколению	73,2
5	Уважение к другим национальностям	69,2
6	Честность	38,5
7	Справедливость	16,2
8	Цинизм	0,8
9	Жестокость	0,2
10	беспринципность	0,1
11	Другое	0,7
12	Затрудняюсь ответить	1,6

Мы видим, что содержание национальных программ в целом формирует положительные качества, как гуманность (84,5%), любовь к родному краю (53,4%), особенно важное для бурят формирование качества уважения к старшему поколению (73,2%), немаловажное качество уважения к другим национальностям (69,2%), как качество, формирующее некие установки проживания в толерантном сообществе. Также наблюдаем высокие проценты формирования положительных качеств гражданственности (39,4%), честности (38,5%) и справедливости (16,2%).

В следующем открытом вопросе мы попросили назвать несколько национальных программ, в которых телезрители узнали больше о жизни и деятельности своих любимых бурятских артистов, актеров, художников, композиторов. В таблице результатов мы указали наиболее часто упоминаемых людей и программы, в которых о них рассказывали.

Таблица 13.

Ответы респондентов на вопрос «Назовите, пожалуйста, несколько национальных программ, в которых вы узнали больше о жизни и деятельности Ваших любимых артистов, актеров, художников, композиторов?»

	Программы, которые назвали респонденты	Бурятские актеры, художники и композиторы
1	«Буряад орон»	Валерий Инкижинов, Ольга Жигмитова, Солбон Лыгденов,
2	«Мунгэн сэргэ»	Эрдэни Жалцанов, Даши Намдаков,

		Зоригто Доржиев, Солбон Лыгденов
3	«Гуламта»	Елена Шараева, Ким Базарсадаев, Бау Ямпиров

Мнения респондентов распределились в соответствии с рейтинговыми значениями национальных программ и шкалой наибольшей известности телеведущих.

Следующие вопросы касались бурятских народных обрядов, обычаев и праздников (Рисунок 13). Так, мы выяснили, что 63,5% больше узнают из национальных программ о бурятском празднике Сагаалган, наступление Нового года по лунному календарю, 23,8% респондентов узнали больше о праздновании летнего праздника игр Сурхарбан, о тонкостях бурятских свадебных обрядов узнали из национальных программ 7,3% респондентов, также были отмечены по 2,7% респондентами Ёохор наадан, шагай наадан, так как в последнее время в эфире транслируется много программ о традиционных бурятских танцах, народных играх.

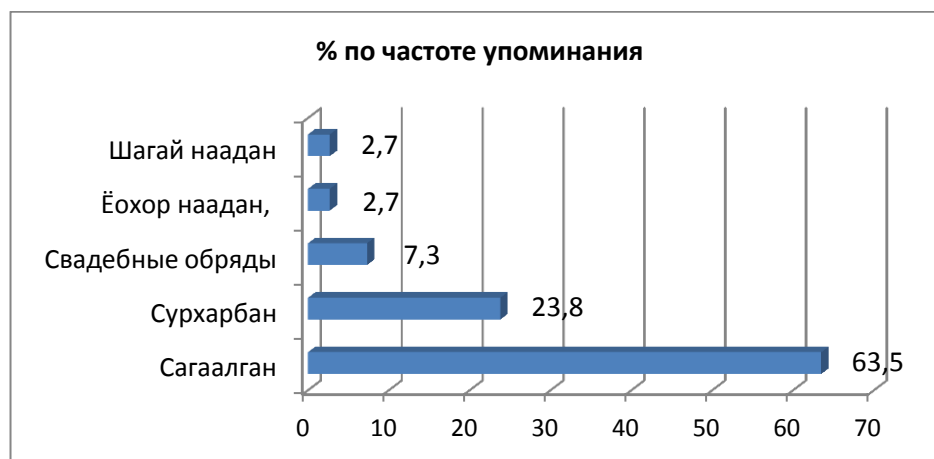


Рисунок 13. Ответы респондентов о получении знаний из национальных программ о традициях и обычаях бурят

Необходимо также добавить, что 33,5% респондентов соблюдают те или иные традиции, обычаи после просмотра национальных тематических программ, 41,2% респондентов ответили, что соблюдают частично. Абсолютно не соблюдающих традиции и обычаи среди респондентов

оказалось 13,4%, на данный вопрос затруднились ответить 11,9 % респондентов (Приложение 2).

Не менее важным моментом в нашем исследовании было то, как воспринимают телезрители ведущих национальных программ, какой образ формируется в их представлении. Аудитория, на которую воздействует телеведущий, оценивает то, что он говорит, как он говорит и каков сам выступающий. От этой оценки во многом зависит, будет принята или отвергнута предлагаемая информация, как будут поняты передаваемые сообщения, повлияет ли переданное сообщение на действия зрителей. По результатам анкетирования в районах, где присутствует вещание государственного телеканала и отсутствует вещание коммерческих телеканалов («Ариг Ус», «Тивиком»), влияние тележурналистов ГТРК «Бурятия» гораздо выше и составило 91%. Тогда как процент респондентов, которые прислушиваются, смотрят часто их авторские программы, среди городского населения оказался ниже. Мнения респондентов распорядились следующим образом.

Таблица 14.

Ответы респондентов на вопрос «Назовите ведущих программ на бурятском языке, которых Вы знаете, к которым прислушиваетесь, смотрите часто их авторские программы?»

Ведущие, которых назвали респонденты:	Программы и телекомпании с форматом национального телевидения	% от общего:
Баир Дамбаринчинов, Дарима Жамсоева	«Буряад орон» - ГТРК Бурятия»	26,5%
Гунсыма Тудупова	«Байгал», «Тайзан» - ГТРК Бурятия»	24,7%
Даши-Доржо Болотов	«Мунгэн сэргэ» - ТК «Ариг Ус»	17,3%
Светлана Жигжитова	«Сагай сурьян» ГТРК Бурятия»	11,9%
Баярма Раднаева	«Толи» - ГТРК Бурятия»	10,3%
Чингис Раднаев	«Хусэл» - ТК «Тивиком»	6,2%
Батор Ламбаев	«Уулзалга» - ТК «Тивиком»	2,1%
Другой вариант	Другие программы	1%

Следует также отметить, что респондентам был задан вопрос о том, как они оценивают профессиональный уровень национального телевидения на

современном этапе и что нужно предпринять телеканалам, имеющим формат национального телевидения, для поднятия профессионального уровня. Так, в целом национальное телевидение Республики Бурятия аудитория оценивает следующим образом: со средним профессиональным уровнем оценили 132 респондента (29,33% от общего числа ответивших), 121 телезритель (29,88%) оценили чуть выше среднего, 84 респондента (18,66%) оценили чуть ниже среднего, 73 (16,22%) абсолютно низким, а высоко оценивших оказалось всего 37 респондентов (8,22%) (Рисунок 14).

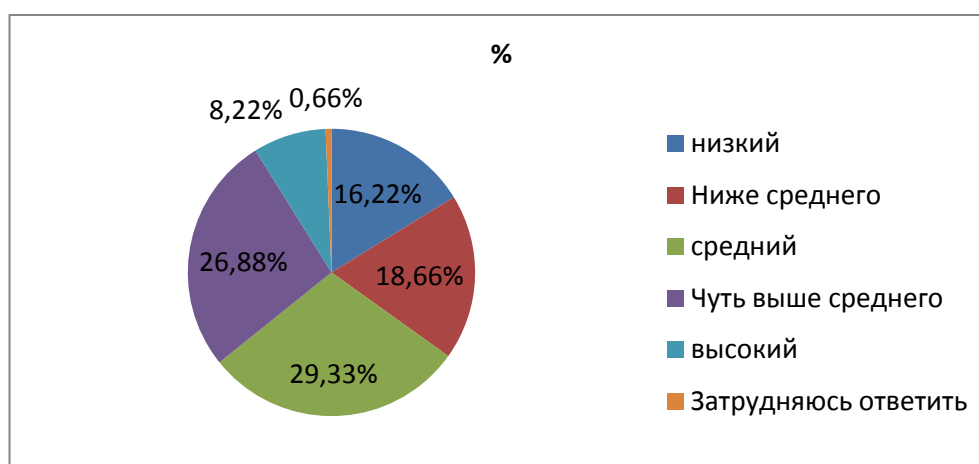


Рисунок 14. Оценка профессионального уровня национального телевидения

О том, что нужно предпринять для повышения профессионального уровня, респонденты высказались следующим образом.

Таблица 15.

Ответы респондентов на вопрос «Что нужно предпринять телеканалам, имеющим формат национального телевидения, для поднятия профессионального уровня?»

	Параметры:	%
1	Повысить профессиональный уровень журналистов	58
2	Разнообразить тематику программ	39
3	Увеличить количество передач на бурятском языке	73
4	Улучшить качество содержания программ	45
5	Ввести цензуру	12
6	Следить за тем, чтобы ведущие были с высоким уровнем интеллекта	21
7	Язык изложения должен быть более понятным	36
8	Должно быть больше свободы для самовыражения бурят	53
9	Побольше съемок и репортажей из отдаленных районов республики	49
10	Ничего не надо менять	2,9

11	Другое	0,77
12	Затрудняюсь ответить	0,35

Итак, мы видим (Таблица № 15), что, по мнению аудитории, национальным телеканалам, в первую очередь, необходимо увеличить количество передач на бурятском языке. Целевая аудитория отмечает о недостаточности национальных программ и неполном удовлетворении специализированной (этнической) зрительской аудитории. Если, как мы уже отмечали, объем вещания государственных телеканалов зависит от центра, то увеличение объема вещания на бурятском языке региональными коммерческими телеканалами зависит только от учредителей, генеральных директоров, независимых спонсоров и самих тележурналистов. Стоит обратить внимание и на то, что аудитория высказалась о необходимости повышения профессионального уровня журналистов (58%) и улучшении качества содержания программ (45%), что также зависит от грамотной программной политики руководящего звена телеканалов.

Интерес представляет выбор респондентами варианта о необходимости большего присутствия на телеканалах свободы для самовыражения бурят (53%), то есть зрители воспринимают национальное телевидение как некую «трибуну» для самовыражения, которая позволила бы решать национально-культурные, этнические проблемы бурят в целом.

Об увеличении репортажей из районов республики (49%) высказались в большей степени жители Тункинского и Окинских районов, так как многим телезрителям интересно посмотреть, когда транслируют репортажи с районов, где родился и вырос, когда поднимаются важные, актуальные и близкие для телезрителя муниципальные проблемы и темы.

Нами был также задан респондентам вопрос об отношении телевизионной аудитории к рекламе и возможности присутствия рекламы на бурятском языке. На ТК «Ариг Ус» в 2012 году выходил один единственный платный рекламный ролик, подготовленный телеведущим Д-Д. Болотовым,

другие телеканалы подобных проектов не имели. Если внимательно изучить результаты (Рисунок 15), то мы видим, что аудитория в целом относится к рекламе отрицательно (27%), при этом, если бы присутствовала в формате национального телевидения реклама на бурятском языке, то количество положительно ответивших респондентов достигло 38%.

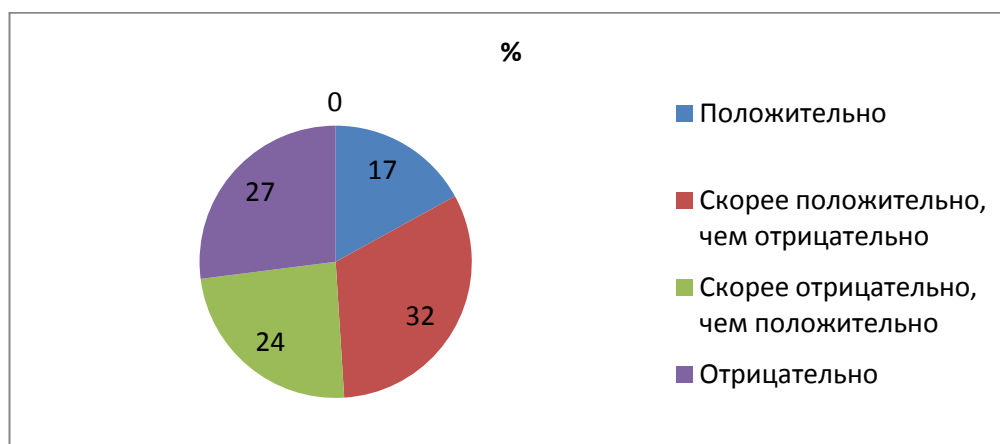


Рисунок 15. Отношение телевизионной аудитории к рекламе

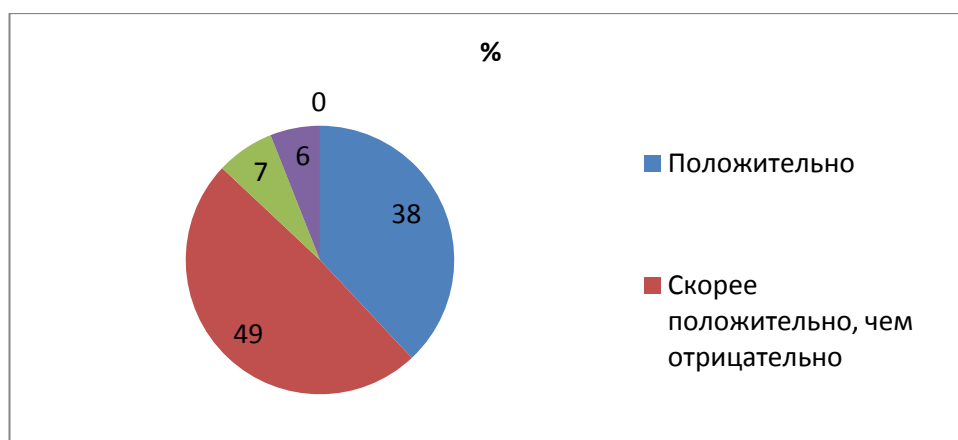


Рисунок 16. Отношение телевизионной аудитории к рекламе на бурятском языке

Поэтому, основываясь на результатах нашего исследования в данном вопросе, мы можем рекомендовать телеканалам не только расширять тематику, улучшать качество национальных программ, но и призадуматься о выделении эфирного времени для рекламы на бурятском языке и подготовки рекламных роликов.

В целом, для выявления оценочных характеристик национального телевидения аудиторией мы задали следующий вопрос: «Что Вам нравится

(не нравится) в национальных программах на сегодняшний день?». Нами были получены следующие результаты.

Таблица 16.

Ответы респондентов на вопрос «Что Вам нравится (не нравится) в национальных программах на сегодняшний день?»

	Параметры:	%
1	Патриотизм	33
2	Слушать родную речь	57
3	Смотреть на людей, принадлежащих моей национальности	69
4	Простота изложения и близость	48
5	Показ интересных сюжетов о традициях, быте, культуре бурят	73
6	Рассмотрение проблем о моем народе, касающиеся и меня	62
7	Недостоверность материала	13
8	Примитивность материала	35
9	Другое	12
10	Затрудняюсь ответить	6

Итак, мы видим, что больше всего аудиторию привлекает показ интересных сюжетов о традициях, быте, культуре бурят (73%), на втором месте аудитории нравится смотреть на людей, принадлежащих своей национальности (69%), и, естественно, слушать родную речь (57%). Большой процент привлекательности для аудитории наблюдается в рассмотрении проблем о народе, касающихся самого зрителя (62%).

Все полученные данные при исследовании воздействия национального телевидения на внутриэтнические отношения, на этническое самосознание бурят, позволяют нам сделать вывод, что национальные программы формируют позитивные этнические ценности и чувство гордости за свою нацию.

Таким образом, необходимо отметить, что в коммуникационной среде воздействия национального телевидения на развитие этнической идентичности бурят тележурналисты и герои программ, как коммуникаторы и субъекты этнического процесса, играют одну из ведущих ролей. Именно они, в значительной степени способствуют формированию представлений людей в области этнических отношений, несут в массовое сознание идеи гуманизма, справедливости, демократизма и другие нормы

гражданского общества; именно они, наряду с другими идеологами, пропагандируют и утверждают в нем принципы этнической толерантности и равенства для современной общественной жизни.

2.2. Жанрово-тематические особенности телепрограмм, направленные на развитие идентификации бурятского этноса

В рассмотрении этноориентированных программ особую значимость в воздействии на аудиторию играет жанровая принадлежность телевизионного произведения.

Теоретические основания для определения жанра, его признаков следует искать в искусствоведении и литературоведении, откуда понятие «жанр» пришло в теорию журналистики.

В.В. Егоров называет жанром «конкретное единство особенных свойств формы в её основных чертах – своеобразной композиции, образности, речи, ритма передачи; «опредмечивание» авторского, художественного замысла телепрограммы»¹⁰⁴.

Жанр на телевидении можно определить как сложившийся тип отображения реальной действительности, обладающий рядом относительно устойчивых признаков, используемый с целью классификации творческих продуктов и играющий роль подсказки для аудитории¹⁰⁵.

Жанр помогает найти нужную форму. К новым приемам «пробуждения чувств» и прибегают тележурналисты, когда ищут при подготовке передачи наиболее интересные стороны. В.Т. Третьяков полагает, что «журналистские жанры – удобные в производстве и полезные в потреблении формы журналистских текстов и видеосюжетов»¹⁰⁶.

В современной тележурналистике активно происходит процесс жанрообразования. Одни жанры взаимодействуют, трансформируются,

¹⁰⁴ Егоров В.В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии. – М., 1997. – С. 22.

¹⁰⁵ Основные понятия теории журналистики / Под ред. Я. Н. Засурского. М., 2003. С. 81.

¹⁰⁶ Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики. – М.: Ладомир, 2004.-С.281.

некоторые заменяются другими. Но прежде чем приступить к работе, тележурналист обязан определить устойчивые жанровые классификации, в которых следует готовить телематериалы. Ведь жанр непосредственно влияет на все стадии телевизионного производства. Как правило, он определяется автором еще перед съемками. Динамика работы на объекте съемок, манера озвучивания, стиль текста должны быть выражены в соответствии с законами избранного жанра. Таким образом, телевизионные жанры подразделяются на информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры.

В основу жанрового деления положена не только мера типизации. Здесь учитывается также способ отражения реальной действительности, функциональные особенности тех или иных передач, их частей, тематическое своеобразие, технические условия создания телепроизведения¹⁰⁷.

Все эти телевизионные жанры используются на телеканалах Бурятии, на которых ведется национальное телевидение.

Начиная говорить об информационных жанрах телевидения, необходимо отметить, что более емким по содержанию является «новостная информация», тем более что слово «новость» толковые словари объясняют весьма лаконично: «Недавно (а еще лучше – только что, сейчас, в данную минуту) полученное известие»¹⁰⁸.

Реорганизация единой сетки вещания ВГТРК на всей территории России способствовала усилению информационной направленности телевизионного вещания, в том числе и национального телевидения во всех региональных телекомпаниях.

Как отмечают теоретики В.С. Воскобойников и В.К. Юрьев, новость должна удовлетворять требованию хотя бы одного из указанных ниже, определяющих его ценность критериев¹⁰⁹:

¹⁰⁷ Основные понятия теории журналистики / Под ред. Я. Н. Засурского. М., 2003. - С. 82

¹⁰⁸ Ожегов С.И. Словарь русского языка. 17-е изд. М., 1985 – С. 358.

¹⁰⁹ Воскобойников В.С., Юрьев В.К. Журналист и информация. М., 1993. – С.54-55.

Близость темы новости к потребителю информации: либо в пространстве (непосредственное соседство или не слишком отдаленное место – местная проблематика), либо во времени (недавнее прошлое или недалекое будущее). Новость передаваемая на родном языке – это что-то хорошо знакомое или близкое по иным причинам, что может вызвать ассоциацию с личными переживаниями.

Известность кого-либо или чего-либо – все то, что по тем или иным причинам может получить признание или стать популярным либо на местном уровне, либо в более широких масштабах; успехи или неудачи государственных, политических, деловых, общественных и иных организаций и их представителей, которые «делают новости», сенсационные открытия, изобретения или достижения в различных областях.

Своевременность – критерий своевременности предполагает ответы на следующие вопросы: насколько актуальна новость, не будет ли обнародование тех или иных сведений нарушением этики и не принесет ли это вред, достаточно ли они созвучны духу времени по стилю изложения и аргументации.

Воздействие новости по её возможным последствиям – крайне важный фактор. И здесь немало вопросов: возбудит ли новость интерес аудитории ко всем другим элементам информации, привлечет ли их внимание её тема, окажет ли содержание новости влияние на формирование каких-то суждений и эмоций, соответствует ли новость интересам отдельного человека, его семьи, всего общества.

Масштабность новости по степени её важности, весомости и общественной значимости.

Конфликт в самом широком толковании этого слова – от семейных коллизий до межнациональных или межрелигиозных столкновений, от противоречий между интересами различных общественных сил внутри страны до конфронтации на международной арене.

Необычность – непредсказуемое или аномальное развитие событий и проблем, неожиданные или необычные ситуации разного рода, нестандартные факты из обычной жизни, эксцентричные или экстравагантные поступки, странности и курьезы (по преимуществу маргинальные новости) – все то, что так или иначе выходит за привычные рамки повседневной рутины и потому дает повод для малых и больших сенсаций.

Персонафикация – в данном случае достаточно важный фактор для новостей в рамках национального телевидения, так как дает возможность акцентировать внимание аудитории на интересных подробностях, ссылаясь на конкретных общеизвестных людей, объяснить событие или проблему с их помощью.

Диапазон факторов и условий, делающих журналистскую информацию новостью, весьма широк, при этом, несмотря на отдельные акценты, все перечисленные критерии справедливы для национального телевидения.

Итак, к информационным жанрам относятся: информационное сообщение (видеосюжет), отчет, выступление (монолог в кадре), интервью (протокольное, информационное, проблемное, интервью-портрет, интервью анкета), репортаж (специальный, спортивный).

Информационное сообщение на телевидении существует в вербальной и визуальной формах – устное и видеосообщение.

Устное информационное сообщение, или, как называют его тележурналисты, б/з – без звука, представляет собой сообщение, прочитанное ведущим, так же как и все подводки, предшествующие к видеосюжетам корреспондентов. Такое название (б/з) формата информационного сообщения объясняется его технической подготовкой, так как готовится он журналистом как полноценный видеосюжет, но в эфир идет без звука, так как закадровый текст зачитывается телеведущим программы. Такой формат информационного сообщения все чаще встречается в эфире бурятского телевидения, это объясняется сокращением эфирного времени

информационного вечернего блока как на русском, так и на бурятском языках. Информационные выпуски новостей «Вести – Бурятия» на бурятском языке выходит с 18.30 до 18.45, из них 3 мин. отводится рекламе, поэтому в каждом выпуске в форме устного информационного сообщения передается 2-3 новости.

Информационное видеосообщение можно назвать видеосюжетом, в котором более ощутимо участие журналиста в создании материала, его влияние на качество сюжета. Видеосюжеты можно разделить на две разновидности: сообщение об официальном, традиционном по форме событии; видеосообщение авторское или сценарное. В каждом информационном выпуске на бурятском языке в среднем выходит 3-4 авторских видеосюжета.

Необходимо отметить, что с момента появления в 2002 г. на ГТРК «Бурятия» должности заместителя начальника службы информационных программ на бурятском языке, который отвечает за организацию работы, в том числе за творческие и административные вопросы, и утверждает тематику ежедневных выпусков новостей, информационные программы стали более структурированными и интересными.

Все информационные сюжеты на бурятском языке в программе «Вести – Бурятия» готовятся с использованием жанра *информационное интервью*, то есть в каждом сюжете присутствуют «синхронны» - интервью журналистов с их собеседниками, владеющими необходимой информацией.

Интервью для журналиста – это способ получения информации путем непосредственного общения с человеком, владеющим этой информацией, а с другой – жанр в форме беседы, диалога, в котором журналист на экране с помощью вопросов помогает интервьюируемому как можно полнее, логически последовательно раскрыть заданную тему.

Так, например, еженедельная информационно-аналитическая программа «Сагай суурьян» (Эхо времени) готовится в жанре интервью. Ведущая приглашает в студию компетентных гостей для разъяснения

наиболее острых общественно-политических, социальных, культурных проблем, которые поднимались в течение недели в новостных программах «Вести-Бурятия».

Интервью-анкета проводится для выяснения мнений по определенному вопросу у различных собеседников, как правило, не вступающих в контакт друг с другом. Этот формат интервью часто используется русскоязычной редакцией, однако зачастую не используется журналистами бурятской редакции, потому, как объясняют сами журналисты, что редко можно встретить на улицах нашего города хорошо владеющих бурятским языком граждан. Как полагают наши эксперты, работающие на национальных телеканалах, многие буряты понимают свой родной язык, но высказаться по тому или иному вопросу и дать комментарий не могут. Эта проблема также отражается в информационных видеосюжетах, которые выходят в информационной программе «Вести-Бурятия», информационно-аналитической программе «Сагай суурян», так в сравнении с программами «Вести – Бурятия» на русском языке, информационно-аналитической программой «Вести-Бурятия – События недели» на русском языке, количество синхроннов в бурятских программах в два раза меньше.

Репортаж – наиболее распространённый, действенный, ведущий жанр тележурналистики, то, что приближает зрителя к событию, повышает зрительское доверие. Однако, очень редко используются в материалах информационных выпусков национального вещания стэнд-апы и появления в кадре журналистов, как основные инструментари репортажа. Причина – отсутствие достаточного журналистского состава в национальной редакции, так как информационные выпуски готовят 2-3 человека, которые поочередно ведут сами выпуски новостей, также при выезде в районы республики журналисты бурятской редакции готовят свои репортажи, как на русском, так и на бурятском языке. Если сравнить, то общее количество сюжетов на бурятском языке в информационных выпусках новостей меньше, чем на русском. Так, в новостном выпуске русской редакции готовится 8-10

информационных материалов, в национальных – 5–7 (с учетом устных информационных сообщений).

Извечная репортерская проблема – это выбор темы, идеи, композиции, сюжетного хода, героев и персонажей, языковых и стилистических, в том числе изобразительно-выразительных аудио- и видеоособенностей, включая детали, крупные планы, интершумы и прочее. Именно это делает информационный репортаж индивидуализированным телевизионным произведением¹¹⁰.

К типологическим особенностям репортажей относится и деление их на событийные, тематические (проблемные), постановочные. Все эти виды репортажей в той или степени находят отражение в национальном телевидении и в большей степени с воспроизведением этнокультурной тематики.

Возможности телевидения во многом зависят и от технической базы и технических возможностей телеканала. Именно технический прогресс определяет степень оперативности сбора и передачи информации, уровень оформления телеканалов, креативные возможности режиссеров, постановщиков и все жанровое многообразие телепродукта.

И, как пишет Н.В. Зверева, «эффективность работы на телевидении зависит от знания своей аудитории. Региональное телевидение всегда будет побеждать любой федеральный канал, потому что людям хочется знать в первую очередь о себе самих. Населению важно видеть свои улицы, мучить вопросами местных чиновников, обсуждать проблемы экологии, тепла, дорог того города или поселка, где они живут»¹¹¹.

Информационные программы «Вести-Бурятия» похожи на федеральные «Вести» по внешнему оформлению студии, компьютерным и музыкальным заставкам, графике. Дизайн заставок был разработан ВГТРК для своих региональных партнёров в 2004-2005гг., чтобы сформировать

¹¹⁰ Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2009. С. 280.

¹¹¹ Зверева Н.В. Школа регионального журналиста: М.: - Аспект Пресс, 2004. – С. 85.

единый стиль программы, сюда включаются и информационные выпуски новостей и на бурятском языке. Но при всей схожести по внешнему оформлению, региональное национальное информационное телевидение отлично от федерального вещания и гораздо ближе к местной аудитории.

В целом, развитие жанрового своеобразия государственного регионального национального телевидения зависело зачастую от политики центрального телеканала: если в 1990-е г. вещание на бурятском языке было сосредоточено в большей степени в художественно-публицистических формах, то 2000-е годы позволили развить в рамках национального телевидения и новостной информационно-аналитический формат. На коммерческих телеканалах ведется только художественно-публицистическое национальное вещание, что объясняется невозможностью подготовки новостных программ из-за отсутствия людских ресурсов на телеканалах, так отдел национального телевидения на коммерческих телеканалах представляют зачастую 1 штатный и 1 внештатный (привлекаемый) сотрудник.

В телевизионной журналистике к аналитической публицистике относятся такие жанры как беседа, комментарий, обзор, дискуссия, пресс-конференция, ток-шоу, корреспонденция (передача). К художественной публицистике относится очерк, зарисовка, эссе, сатира (фельетон, памфлет).

Публицистика (от лат. *publicus* – общественный, народный) – род произведений, посвященных актуальным проблемам и событиям текущей жизни; играет важную роль, влияя на деятельность социальных институтов, служа средством общественного воспитания, способом организации и передачи социальной информации. Публицистика существует в разных формах: словесной (письменной и устной), графически-изобразительной (плакат, карикатура), фото-, видео-, кинематографической (документальное кино и телевидение), театрально-драматической и др. Основополагающие

признаки здесь – актуальность тематики и масштаб осмысления конкретных проблем и событий окружающего мира¹¹².

Наиболее часто в национальном телевидении встречаются жанры ток-шоу, аналитический жанр диалогического характера - беседа.

Ток-шоу – разговорная передача с участием в студии гостей и зрителей. На отечественный телеэкран этот жанр пришел вместе с перестройкой, а в региональных телекомпаниях начали активно работать с начала 2000-х г.

Непременными «компонентами» ток-шоу, кроме ведущего, выступают гости – люди, чем-то прославившиеся или просто интересные своими поступками, мыслями, образом жизни. Обязательно также присутствие в студии нескольких десятков «простых зрителей», возможно и наличие компетентных экспертов. Зрители не всегда вовлекаются в разговор, иногда их участие ограничивается аплодисментами, смехом, возгласами удивления – это создает особую атмосферу публичности, дает «эмоциональную подсказку» телезрителям¹¹³.

Ярким примером служат передачи, записанные в студии ГТРК «Бурятия» перед празднованием Нового года по лунному календарю «Сагаалган». Целью этих тематических программ является трансляция традиций и обычаев бурятского народа, подведение итогов за прошедший год с наиболее известными, талантливыми, прославляющими свой родной край людьми.

Беседа – это специфический телевизионный жанр аналитической публицистики, представляющий собой диалогическую форму сообщения. Жанр посвящен темам, вызывающим общественный интерес, - политическим, экономическим, социальным, морально-этическим, научным и другим. Работа в этом жанре достаточно сложна и ответственна. На ГТРК «Бурятия» в этом жанре готовится программа «Толи». Ведущий подбирает участников, намечает композиционные решения, приглашает компетентных

¹¹² Телевизионная журналистика. Под ред. Кузнецова Г.В., Цвика В.Л., Юровского А.Я. М., 2005. – С.25

¹¹³ Там же. – С.36

в обсуждаемой теме гостей и всегда предлагает интересную тему в качестве предмета собеседования.

Как пишет В.Л. Цвик, отличаясь внешней статичностью (люди сидят и разговаривают), телевизионная беседа обладает особой динамикой. В ней могут широко использоваться различные вспомогательные изобразительные средства (видеокадры, фотографии, документы, схемы и диаграммы), но, конечно, только в качестве компонентов, дополняющих вербальную аргументацию¹¹⁴.

Необходимо отметить, что именно за счет использования дополнительных материалов, вставки интересных сюжетов о тех или иных героях программы «Толи», автор раскрывает идейное содержание и оживляет телевизионную беседу.

В программе «Толи» с участием видных государственных деятелей, ученых, врачей, учителей затрагиваются проблемы подрастающего поколения, поднимаются социальные вопросы сегодняшнего дня, освещаются проблемы наркомании и алкоголизма. Гости передачи отвечают на вопросы телезрителей, которые задают вопросы по горячей линии. На начальном этапе эта передача столкнулась с неожиданными трудностями – люди не хотели и не могли в прямом эфире задавать вопросы на бурятском языке. Им легче было задать вопрос на русском языке или хотя бы на смешанном. Но формат передачи был выдержан в установленной форме и телезрители прошли своеобразное «воспитание».

Основными жанрами художественной публицистики, в которых чаще всего работают журналисты национального телевидения, являются зарисовка и очерк.

Наиболее богатым в своих изобразительных средствах и выразительных возможностях является жанр художественной публицистики очерк. Это пограничный между исследованием и рассказом в литературоведческом определении жанр. На телевидении он строится на

¹¹⁴ Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2009. С. 295.

строго документальной основе (конкретность фактов, действительные герои, невыдуманные обстоятельства и т.д.), облекается в художественно обобщенную форму. Из всех жанров публицистики очерк выделяется особым композиционным построением, близким к композиции литературно-художественных произведений, именно поэтому этот жанр наиболее драматургичен.

Наиболее распространенная разновидность жанра на национальном телевидении - портретный очерк, в котором автор прослеживает обстоятельства жизни и деятельности своего героя, рисует его характер, обнаруживает мотивы поступков, стараясь вскрыть либо их глубоко личный, психологический характер, либо социальный смысл. В данном жанре работают более опытные журналисты, как Гунсыма Тудупова (ГТРК «Бурятия»), Даши-Доржо Болотов (ТК «Ариг Ус»).

В художественно-публицистических формах готовится востребованная зрителями как познавательная, религиозная передача о духовном возрождении народов программа «Мунхэ зула – Вечная лампада». Сегодня, когда у людей проснулась вера, и они стремятся найти ответы на многие вопросы жизненного бытия и мироздания, такого рода программы помогают телезрителям приобщиться к духовному и найти веру в бога и в себя. В этой передаче часто используются кадры из архива Буддийской традиционной Сангхи России. В передаче «Мунхэ Зула» ведутся репортажи с хуралов и освещений в дацанах, попутно разъясняется смысл того или иного молебна.

Обзор самых интересных событий недели, репортажи, мини очерки о людях труда, гости в студии, разговоры на актуальную тему и, конечно же, клипы звезд бурятской эстрады – всё это присутствует в художественно-публицистической программе «Буряад Орон» («Панорама Бурятии»). За 20 с лишним лет существования эта программа снискала уважение и любовь телезрителей, что подтверждает высокий рейтинг программы среди зрительской аудитории. Героями этой программы часто являются мастера искусств, деятели культуры. Часто ведутся репортажи с презентаций,

юбилеев и других торжественных мероприятий. Авторам программы работать с героями программ гораздо легче и интереснее, так как именно представители культуры и искусства являются лучшими носителями родного языка.

Жанр зарисовка на национальных телеканалах нередко используется в качестве разбивки между передачами, поэтому в ней широко используется музыкальное и естественное шумовое оформление. Очень часто в структуру жанра телевизионной зарисовки журналистский текст вообще не входит, все выражает изображение.

У зарисовки нет четко определенного событийного повода, но есть высокая художественность операторской работы, проявляющаяся в строго выверенной композиции каждого кадра, в тщательном выборе ракурса, чистой выразительности световой тональности и цветовой палитры. Особые требования предъявляются к закадровому тексту, в котором автор должен отойти от сухой информационности, протокольности, а напротив, использовать разнообразные средства выразительности языка¹¹⁵.

Так, например, часто в этом жанре работает автор программы «Мунгэн сэргэ» («Серебряная коновязь») на коммерческом телеканале «Ариг Ус» Даши-Доржо Болотов. Зарисовки автор готовит о работе фольклорных коллективов, о заслуженных артистах Республики Бурятия, о народном творчестве и умельцах народного промысла. «Мунгэн сэргэ» - это неслучайное название программы. Серебро для бурят больше, чем любая драгоценность. Это символ чистоты и здоровья. Коновязь для бурят имеет сакральный символ домашнего очага, гостеприимства, крепости семьи и рода. Автор программы открывают неизвестные страницы истории, рассказывает о традициях и обычаях бурят, секретах кухни и быта.

О проблемах и заботах агропромышленного комплекса: весенне-полевой сев, работа фермеров на селе, сбор урожая, зимовка скота и многие другие проблемы сельчан освещаются в программе ГТРК «Бурятия» в форме

¹¹⁵ Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2009. С. 310.

зарисовок «Худоо нютаг» («Дела деревенские»). Творческая группа постоянно выезжает в районы республики. При подготовке этой программы нет трудностей с респондентами, владеющими родным языком: 70% сельчан хорошо говорят на бурятском языке, из горожан – всего 30%. Однако автор программы готовит выпуски с нечеткой периодичностью, что значительно сокращает постоянную аудиторию.

Одна единственная спортивная передача на бурятском языке «Тамир» («Спорт») непрерывно выходит в течение 15 лет. Телезрители уже привыкли к тому, что внутри программы могут звучать синхроны и на русском, и на бурятском языках, а репортажи ведутся тоже на разных языках, в зависимости от того, насколько респондент (чаще всего спортсмен, тренер, чемпион, чиновник от спорта) владеет родным языком. Программе транслируются портреты выдающихся спортсменов Бурятии, эмоциональные репортажи из спортивных комплексов Бурятии о республиканских и международных турнирах по вольной борьбе, таэквондо и другим видам спорта. Тема здорового образа жизни все плотнее и ярче выступает на телевизионную орбиту сегодняшнего дня. Актуальными становятся сюжеты об известных людях, общественных деятелях, ученых, звездах эстрады, которые не обременены вредными привычками, как курение, алкоголизм и наркомания.

Необходимо отметить передачи Гунсымы Тудуповой «Тайзан» («Сцена»), «В песне – душа народа», в которых автор рассказывает об известных артистах и выдающихся людях республики, раскрывая их таланты, передавая зрителям их жизненные ориентиры и творческие пути. Изначально эти имиджевые программы ГТРК «Бурятия» создавались в поддержку телефестиваля эстрадной песни Азиатско-Тихоокеанского региона «Белый Месяц», который проводился в течение многих лет ГТРК «Бурятия». Фестиваль уже не проводится, а программы в эфире остались.

Детские и молодежные программы на местных телеканалах после реорганизации были сокращены. Авторские молодежные проекты на ГТРК

«Бурятия» без поддержки спонсоров и сегодня не выживают, а на родном языке подобные передачи вообще отсутствуют. История же детского вещания на ГТРК «Бурятия» тесно связана с историей создания Студии телевидения. Первая передача для детей называлась «Звонок», в прямом эфире выступали дети, проводились конкурсы, телевикторины. Редакторы и журналисты росли вместе с ведущими детьми.

В начале 1990-х гг., когда наступил период так называемого «возрождения национального самосознания», появились первые «Телеуроки бурятского языка». Эти передачи всколыхнули зрительскую аудиторию, кругом заговорили о необходимости знать в совершенстве родной язык. В то время телеуроки не совсем отличались от обычных школьных уроков. Во-первых, они имели хронометраж 45 минут, вели занятия учителя школ города. Методика преподавания бурятского языка автоматически была перенесена в телестудию. Со временем назрела необходимость пересмотреть форму и содержание этих передач. Активнее включилась режиссерская группа, предложив использовать не только телевизионные эффекты, но и различные игровые ситуации. Так, в прохождении темы «Одежда – Хубсаһан» студия превращается в своеобразный подиум, где ведущая предлагает зрителям обратить внимание на актуальные тенденции детской моды. Трансформация этой передачи привела к тому, что учебные телеуроки превратились в сюжетные игры, где принимали участие дети разных национальностей, а позднее – студенты колледжей и вузов. Телеуроки бурятского языка в последние годы основаны на методике преподавания иностранного языка, так как молодое поколение фактически плохо знает родной язык. А русский язык для многих бурят становится родным. С уходом телеведущего Баира Жигмитова на коммерческий кабельный телеканал «Мир» в 2012г. «Уроки бурятского языка» также ушли с эфира ГТРК «Бурятия».

В перестроечное время появляется передача на бурятском языке «Бамбаахай». К этому времени на канале Бурятского телевидения уже

несколько лет отсутствовало детское вещание. Ведущими этой передачи были выбраны дети, что в региональных телекомпаниях России в тот период наблюдалось крайне редко. В 1993 году, на телефестивале детских передач в городе Калининграде жюри единогласно решило присудить премию «За обаяние» ведущим детской программы «Бамбаахай».

Необходимо отметить, что для подготовки таких программ по нормативам и по реалиям творческого производства требуется гораздо больше материальных, моральных и творческих сил, нежели для подготовки иных передач. К примеру, по нормативам на подготовку 5-минутного видеосюжета в детской программе требуется не менее 3-х часов съемочного периода, а монтаж должен отличаться особой динамикой со спецэффектами, с особым озвучиванием. К тому же, работа с ведущими-детьми очень специфична: их приходится постоянно отвлекать от уроков, учить органично вести себя в кадре и при этом следовать сценарию.

Надо сказать, что очень быстро было принято решение делать передачу на двух языках, причем в рамках одной передачи. Так передача для детей «Бамбаахай» стала двуязычной. По идее, она должна быть понятной всем: и русским, и бурятам, и детям других национальностей. По мнению редактора программы, это позволяет привлечь к экрану как можно больше детей, желающих приобщиться к бурятскому языку. Такие постоянные рубрики, как «Танилсая – Познакомимся», «Дуу сэжэлдэе – Разучиваем песни», «Ухибуудэй һонин – Новости планеты детей» и многие другие существуют и сегодня.

Наряду с передачей «Бамбаахай» в 1990-е годы появились такие двуязычные детские передачи как «Унтаахай» и «У дедушки Тудупа». Поколения ребят выросли на этих передачах, привлекавших их яркой формой, непосредственными ведущими, интересным содержанием.

На наш взгляд, именно эти передачи помогли многим детям не стесняться родного языка, а гордиться им. Но, к сожалению, языковая ситуация нашей республики была такова, что механизмы реализации Закона

о языке, принятого в начале 1990-х гг., были не отработаны и эффективность от передач была невысокой. Иначе, процент невладеющих родным языком среди молодого поколения был бы значительно ниже. Сегодня эти детские передачи отсутствуют. Понятно, что для небольшой региональной национальной телестудии иметь 2-3 передачи для детей - непозволительная роскошь.

Однако, необходимо отметить, что, несмотря на трудности, и в последние годы появляются новые программы, так, с января 2011 г. выходит программа «Шэдитэ ханза» – «Волшебный сундучок». Цель программы: вызвать интерес к бурятскому языку со стороны детей. Для этого преподаватели Республиканского лицея-интерната № 1 делают перевод мультфильма «Лунтик», который нравится детям дошкольного и младшего школьного возрастов, на бурятский язык. Популяризация и пропаганда бурятского языка через мультфильм – главная цель совместного проекта. Мультфильмы, переведенные на бурятский язык, используются в школах на уроках бурятского языка, на внеклассных мероприятиях, а также в детских садах.

С 2011г. на коммерческом телеканале «Тивиком» выходит программа «Зурхай», в которой передается ежедневный гороскоп, подготовленный астрологами буддийской традиционной Сангхи России. Стоит отметить, что на данном коммерческом телеканале появлялись и исчезали несколько телепроектов на бурятском языке («Хусэл» - «Сила», «Уулзалга» - «Встреча»). Если обратиться к результатам нашего опроса программы на бурятском языке телеканала «Тивиком» заняли последние позиции в таблице выявления рейтингов программ, это зачастую объясняется тем, что национальные программы появлялись и уходили из эфира спустя полгода, год после появления.

Таким образом, рассмотрев жанровые и тематические особенности программ, мы можем сделать вывод, что в передачах сегодня достаточно глубоко рассматриваются межнациональные, этнокультурные проблемы

республики, в программах транслируется уникальная культура народов Бурятии. Время показывает, что, делая упор на развитие, укрепление культуры и духовности, телевидение сделало правильный выбор. Если первые передачи были посвящены судьбам известных бурятских политиков, деятелей науки, культуры, спорта, то на сегодняшний день эти жизненные истории продолжают вызывать большой интерес целевой телевизионной аудитории.

Каждая этническая культура вносит свой вклад в мировое духовное богатство. Как полагает М.Н. Николаева¹¹⁶, в наше время усиления тенденций культурной глобализации особенно обострился интерес к этнокультурной самобытности и сохранению традиций.

Как видно из рассмотренного материала, жанрово-тематические особенности национального телевидения разнообразны. При этом главной задачей все же остается показ национального колорита.

Если обратиться к проведенному анкетированию и оценить эффективность работы тележурналистов, то возникает следующая картина.

Явное преимущество по просмотру аудиторией занимают новостные программы, что и подтверждает наиболее информационную стратегию развития региональных телеканалов в последние годы.

Таблица 17.

Ответы респондентов на вопрос «Какие телевизионные программы Вы предпочитаете?»

	Параметры	%
1	Новостные	37,7%
2	музыкальные	24,6%
3	спортивные	11,9%
4	игровые	9,4%
5	сериалы	15,1%
6	Художественные фильмы	28,5%
7	Исторические программы	16,9%
8	Программы о путешествиях	5,9%
9	Научно-популярные программы	12,7%
10	Программы о культуре и искусстве	28,6%
11	Детские программы	13,9%
12	мультфильмы	7,4%

¹¹⁶ Николаева М.Н. Этническая идентичность народов России, 2002г., С.87.

13	Другой вариант	2,1%
----	----------------	------

Однако необходимо отметить и значительный процент просмотра рейтинговых художественно-публицистических программ ГТРК «Бурятия» и ТК «Ариг Ус». Данные следующей таблицы подтверждают высокий интерес аудитории к художественно-публицистическим программам. При ранжировании следующего вопроса «Какие телепередачи местных телеканалов на бурятском языке вы чаще всего смотрите?» жанровое своеобразие телеканалов с национальным телевидением распределилось, по мнению респондентов, следующим образом.

Таблица 18.

Ответы респондентов на вопрос «Какие телепередачи местных телеканалов на бурятском языке вы чаще всего смотрите? Укажите, пожалуйста, если знаете и названия передач?»

	Параметры:	%
1	Новостные	32,7%
2	Художественно-публицистические	30,6%
3	музыкальные	10,9%
4	спортивные	8,4%
5	Ток-шоу	6,1%
6	Детские программы	4,5%
7	мультфильмы	3,9%
8	Другой вариант	2,9%

Для определения коэффициента удовлетворения запросов аудитории, диссертантом был проведен мониторинг информационных программ бурятского телевидения с целью выявления жанровых и тематических особенностей национальных телеканалов. Для сравнения брались выпуски программ на бурятском языке «Вести-Бурятия», «Сагай сурян», художественно-публицистические программы ГТРК «Бурятия», ТК «Тивиком», ТК «Ариг ус». Общее количество телевизионных сюжетов и сообщений, прошедших в эфир за это время, было взято за 100%. Всего было проанализировано по 10 выпусков новостей и художественно-

публицистических программ. Полученные данные отражены в следующих таблицах.

Таблица 19.

Сферы жизнедеятельности, представленные в информационных программах «Вести-Бурятия», «Сагай суряан» (на бурятском языке), % от общего объема:

Параметры:	«Вести-Бурятия»,	«Сагай суряан»:
Исполнительная власть	15,6%	23,7%
Представительная власть	13,8%	13,9%
Правоохранительные органы	8,3%	11,6%
Сельское хозяйство	11,7%	14,5%
Искусство, культура	12,8%	4,3%
ЖКХ	7%	8,8%
Образование	10,8%	11,7%
Здравоохранение	10,6%	8,3%
Криминал	1,1%	1,8%
Спорт	7%	0,3%
прочее	1,3%	1,1%

В программе «Сагай суряан» выше процент освещения тем о результатах работы исполнительной власти, правоохранительных органов (Таблица 19). В этой программе в большей степени описывается поле деятельности полиции, госавтоинспекции, госнаркоконтроля и пожарной охраны. Представление о работе правоохранительных органов складывается как о монотонной, тяжелой и неинтересной работе, сюжеты не подаются через каких-либо героев и зритель работников данной сферы почти не видит. В программах явно не хватает комментированной и оценочной информации для выработки в обществе толерантности к работникам правоохранительных органов.

Таблица 20.

Сферы жизнедеятельности, представленные в художественно-публицистических программах ГТРК «Бурятия», ТК «Тивиком», ТК «Ариг ус» (на бурятском языке), % от общего объема:

	ГТРК «Бурятия»	ТК «Тивиком»	ТК «Ариг ус»
Политика	21,7%	22,4%	15,9%
Искусство, культура	28,6	38,2%	43,8%
Экономика	17,1%	11,3%	7,7%
Спорт	13,6%	8,7%	12,5%
Религия	13,1%	8,7%	12,5%
Наука, образование	2,9%	7,6%	3,7%
Здравоохранение	2,6%	4,3%	2,8%
прочее	0,4%	4%	1,7%

Рассмотрев внимательно таблицу № 20 можно сделать вывод, что наибольший процент рассматриваемых тем в художественно-публицистических программах на всех телеканалах с форматом национального телевидения – темы культуры и искусства. Отражение национально-культурного разнообразия налагает на журналистов высокую ответственность и предполагает основательный подход, так как именно данная тематика приобретает символическое значение, сохраняясь и отражаясь в народной памяти как фактор внутриэтнического сплочения и становясь при этом элементом идеологий.

На втором месте по частоте рассмотрения на всех телеканалах – тема политики. Данный фактор следует отнести к влиянию национального телевидения на социально-политическое поведение бурят и образование феноменов, имеющих этническую природу, также к влиянию на этнический и социально-политический статус бурят, которые обусловлены уровнем престижа этнической группы, включением её в структуру управления и власти.

Также нами проанализирован род занятий и сфера деятельности героев программ национальных телеканалов:

Таблица 21.

Род занятий и сфера деятельности героев программ ГТРК «Бурятия», ТК «Тивиком», ТК «Ариг ус»:

	ГТРК «Бурятия»	ТК «Тивиком»	ТК «Ариг ус»
Чиновник	36,7%	25,3%	15,9%
Представитель культуры и искусства	21,3%	21,9%	38,4%
Представитель сферы бизнеса	1,3%	4,3%	5,1%
Представитель правоохранительных органов, силовик	1,7%	2,9%	1,2%
Представитель спортивной сферы	11,6%	17,7%	13,5%
Представитель религиозной сферы	13,1%	18,7%	15,5%
Представитель науки, образования	2,9%	2,6%	4,9%
Представитель сферы здравоохранения	2,6%	2,3%	1,8%

Представитель сельскохозяйственной сферы	6,8%	-	2,7%
Рабочий завода	0,7%	0,3%	-
другие	0,3%	4%	0,5%

Так, данные таблицы № 21 характеризуют различие тематических стратегий и наибольший интерес телеканалов с форматом национального телевидения к политическим личностям. Высокий уровень внимания присутствует к представителям культуры и искусства, духовной сферы. Наиболее политизированным является ГТРК «Бурятия», где процент героев, занятых в политико-экономической сфере равен 36,7%, наиболее культурно-просветительным является ТК «Ариг ус» с 38,4%-ми героев, занятых в сфере культуры и искусства. Высокий уровень внимания по сравнению с другими телеканалами к духовной сфере (18,7%) реализуется на ТК «Тивиком».

Необходимо отметить, что в силу природы телевидения, то есть видеоряда, на телеканалах показывается национальная принадлежность героев. В информационных сюжетах на бурятском языке фигурируют люди разных национальностей, комментарии героев, не владеющих бурятским языком, синхронно переводятся на бурятский язык. Это объясняется тем, что на телевидении объектом отражения предстает не сам герой, а произошедшее событие.

На выборе героев сказывается и местный характер телеканалов, стремление соответствовать интересам аудитории и в то же время осветить деятельность местных органов власти.

Особенно это сказывается на оценке героев-чиновников, которые подаются с нейтральной или сбалансированной оценкой. Нет ни откровенной похвалы, ни отрицательной оценки. В программах коммерческих телеканалов «Ариг ус» и «Тивиком» отмечается высокий уровень психологизации героев, то есть героям даны психологические

характеристики, что не разрушает доверия к телеканалу, а, наоборот, привлекает аудиторию.

Обратившись к нашему опросу, в котором респондентам был задан вопрос «Какие проблемы в программах местных телеканалов на бурятском языке Вас больше всего интересуют?», мы видим соотношение тематических предпочтений аудитории и предлагаемых телевизионных продуктов для аудитории.

Таблица 22.

Ответы респондентов на вопрос «Какие проблемы в программах местных телеканалов на бурятском языке Вас больше всего интересуют?»

	Параметры:	%
1	Политика	51
2	экономика	37
3	Социальная проблематика	69
4	Образование	38
5	Проблемы бурятского языка	54
6	культура	53
7	спорт	27
8	история	31
9	отдых	25
10	Быт и традиции	39
11	Другой вариант	8

Информационные программы на бурятском языке социализированы, политизированы, что подтверждают данные в Таблице № 22. В содержании программ высока доля персонажей, задействованных в политической, экономической, культурной и религиозной сферах. Тематическая стратегия ГТРК «Бурятия» обеспечивает телеканалу политическую влияние, что в полной мере реализуется в новостной программе Вести – Бурятия, ставшей «визитной карточкой» и наиболее рейтинговой программой, обеспечивающей узнаваемость телевизионного бренда. При этом интерес к политической тематике среди аудитории также достаточно высок (51%), что подтверждает об удовлетворении предпочтений зрительской аудитории.

По результатам исследования наблюдается достаточно высокий процент рассмотрения религиозных тем на всех телеканалах (Таблица 21). Для них характерно заметное преобладание героев, занятых в сфере

духовной и личной жизни. Социологические опросы, проведенные исследователем Л.В. Кальминой¹¹⁷ в 2005-2009 гг. показали рост религиозности жителей Бурятии. Верующими себя признали 48% опрошенных, еще 38% заявили, что скорее веруют, чем не веруют. За последние четыре года религиозность увеличилась в среднем на 16 процентных пунктов. Автор также отмечает воздействие СМИ на сознание массовой аудитории, а именно на повышение уровня религиозности.

В целом, в подтверждение правильной тематической стратегии национальных телеканалов, мы наблюдаем, что телеканалы ориентированы на максимальное удовлетворение предпочтений целевой зрительской аудитории.

Необходимо также отметить, что в телевизионных материалах, в репликах участников диалогов используются пословицы, поговорки, фразеологизмы, различная диалектная лексика, единицы просторечного и разговорного характера, которые помогают телезрителю ярко представлять события, придают авторскому тексту особый местный колорит, а речи героев живописный характер, создавая живость и непосредственность описываемых тем или ситуаций.

Таким образом, в новейшей истории национального телевидения прослеживаются две тенденции. Первая – более подробное освещение жизни своего региона, распространение определённых образов республики и России в целом. Вторая – этническая информация, освещающая различные проблемы бурят. Информация национального телевидения – это, прежде всего упоминание о народах и странах, о национальных обычаях и ценностях. В целом, региональные телеканалы, имеющие формат национального телевидения, рассказывают о разных сторонах жизни людей, связанных с национальными аспектами.

Национальная форма общности людей накладывает яркую печать на художественный вкус и в определенной мере на эстетический идеал, что

¹¹⁷ Номер один, 2010, № 12 «Исследования Л.В. Кальминой о росте религиозности в Республике Бурятия.

воздействует на формирование той или иной общественно-политической позиции граждан, в том числе и в вопросах межэтнических отношений. Так, все телевизионные жанры используются на телеканале ГТРК «Бурятия» (информационные, информационно-аналитические, художественно-публицистические), на коммерческих телеканалах, на которых ведется национальное телевидение, используются формы художественно-публицистических жанров (портретный очерк, зарисовка).

Все вопросы, рассматриваемые журналистами, трактуются в выдержанном тоне, доброжелательном по отношению ко всем сообществам. На телеканалах национальный колорит легко обнаруживается и в элементах оформления телевизионных программ и присутствует в композиционном своеобразии передач.

Рассмотрение на телеканалах с форматом национального телевидения этнически направленных тем, сохранение и возрождение культурных традиций, быта, определение целого комплекса национальных проблем и сложностей национального самосознания бурят, способствует укреплению и усилению этнической идентификации бурят в полиэтническом регионе как Бурятия.

2.3. Национальное телевидение как средство становления межэтнического согласия в Республике Бурятия

В Российской Федерации по-прежнему остается целый комплекс пока неурегулированных проблем межэтнических отношений, которые находят своё отражение во многих средствах массовой информации, представляя собой осознание, формулирование и понимание национальных интересов, как на уровне отдельной этнической общности, так и на уровне всего населения государства.

В сфере межэтнического взаимодействия в современной России происходят многочисленные кризисные ситуации – конфликты на Северном Кавказе, обострение отношений с Грузией, Эстонией, Украиной и т.д.

При этом государство, как субъект национальной политики, использует систему СМИ во всех кризисных ситуациях, как важный инструмент в достижении межэтнического согласия и реализации национальных интересов.

Вряд ли существуют на планете народы, абсолютно изолированные от контактов с культурами других этносов. К сожалению, далеко не всегда подобные межкультурные коммуникации приводят к положительным результатам для взаимодействующих сторон. Не раз в истории межэтнических отношений бывало так, что из-за остро-конфликтной передачи информации через СМИ, некорректных высказываний с экранов телевизоров, отдельные народы оказывались в ситуациях полной непримиримости и вражды.

Как полагает Мещерякова С.Н., «конфликтогенность современных российских средств массовой информации в освещении межнациональных отношений обусловлена законодательными проблемами в регулировании способов и технологий подачи этнической информации, обостряющей этнонациональные процессы (создание негативного образа этнической или религиозной группы; преувеличение масштаба реальной межэтнической проблемы или искусственное «привязывание» ее к социальным конфликтам¹¹⁸.

Национальная политика в контексте решения проблем взаимодействия народов сопровождается дискуссиями в СМИ, которые находятся в постоянном поиске и реализации наиболее благоприятных вариантов взаимодействия субъектов межнациональных отношений.

¹¹⁸ Мещерякова С.Н. Российские средства массовой информации в институционально-правовом обеспечении межнационального согласия: дисс. ...канд. юридич. наук, 23.00.02. - Ростов-на-Дону, 2005. С. 13.

По мнению П.Л. Бергера и Т. Лукмана¹¹⁹, СМИ участвуют в социальном и политическом конструировании реальности. С одной стороны, такое пространство виртуально за счет специфических институциональных средств массовой информации. С другой стороны, такое пространство реально за счет обращения СМИ к конкретике этнополитических процессов и институтов. В политических трансформациях СМИ становятся законодателями общественных настроений, разоблачителями политических махинаций и корреспондентских прецедентов. Также СМИ являются ареной презентации новых политико-правовых и политико-административных реалий, площадкой обсуждения острых проблем общества.

Как указывает И.М. Дзялошинский, в ходе демократизации и реформирования, СМИ являются площадкой диалога власти и гражданского общества¹²⁰.

Политико-правовые обоснования участия СМИ в конструировании этнических процессов и институтов осуществляется в международном масштабе. В 2000 г. странами «большой восьмерки» принята «Окинавская хартия глобального информационного общества», в которой декларируются принципы и тенденции развития информационно-коммерческих технологий (ИКТ), одна из задач которых – это стимулирование социального согласия. Очевидно, что стимулирование общественного согласия невозможно без согласия этнических групп и народов, как между собой, так и государством. Социальный и политический компромисс между народами, этническими группами, нациями, национальными государствами является неременным условием для упрочения международной стабильности. Проблема воздействия СМИ, а особенно телевидения, на общественно-политические отношения, в том числе и на этнополитические процессы, трактуется как одна из ведущих в специализированных программах¹²¹.

¹¹⁹ Бергер П.Л., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. – М., 1995. – С. 112-115.

¹²⁰ Дзялошинский И.М. СМИ, власть и гражданское общество в регионе. – М. 2011. – С.23-27.

¹²¹ Программа Юнеско «Информация для всех» на 2010-2011 гг.

Современные аудиовизуальные средства массовой коммуникации все более широко воздействуют на все стороны жизни человека, объединяют путем создания глобальных информационных каналов, влияют на развитие самой культуры. Эффективная система просвещения, использующая новые технические средства, в частности, национальное телевидение, опирающаяся на богатейшие культурно-просветительские традиции народов, несомненно, должна быть одним из мощных механизмов трансляции и сохранения культурных ценностей.

Телевидение, в силу уникальной изобразительно-выразительной природы, мощи психологического воздействия на массовое сознание, беспрецедентного по масштабу охвата территории, прежде всего, изначально было и остается политически детерминированным институтом¹²².

Как отмечают исследователи П.Н. Киричек и П.Ф. Потапов, «импульсы этнического развития, а нередко и его алгоритм во многом задаются линией поведения средств массовой информации, которые с одной стороны, публицистически отслеживают и подают на суд общественного мнения все содержательные нюансы этого процесса, с другой стороны, организационно определяют главную его тенденцию»¹²³.

Участие СМИ на национальных языках субъектов в формулировании национальных интересов проявляется уже как общественная потребность.

Так, характер и содержание информационных материалов, освещение национальных проблем и политически-значимых событий определяют национальное телевидение как этнополитическое явление, сферами этнического диалога, дискуссий, а порой и конфликта.

Поэтому, национальное телевидение на современном этапе в числе прочих функций выполняет и функции формирования общенациональных и этнических интересов.

¹²² Борецкий Р.А. Телевидение как социальная технология и социальный институт // Телерадиоэфир: история и современность. – М., 2005. – С. 27

¹²³ Киричек П.Н., Потапов П.Ф. Печать и этнос. Саранск, 2005. С.4.

Учитывая тот факт, что большинство субъектов Российской Федерации в настоящее время являются многонациональными по составу населения, национальные СМИ благоприятствуют обмену достижениями народов в материальной и духовной сфере, лучшему взаимопониманию людей разных национальностей, а это в свою очередь ведет к сближению народов в том или ином субъекте.

Как полагает исследователь Л.М. Дробижева, межэтническое согласие характеризуется «готовностью принять других такими, какие они есть, и взаимодействовать с ними на основе согласия»¹²⁴.

Так, в Республике Бурятия функционируют национально-культурные и общественно-политические объединения, ассоциации и другие формирования различных этнических сообществ, постоянно проживающих в регионе. Сущность деятельности общественных национальных формирований заключается в сохранении национального менталитета, родного языка и специфики национальной культуры. Национальные общественные формирования наделены определенными правами, закрепленными рядом законодательных актов.

Мировой опыт, в том числе и нашей страны, убеждает, что стабильность в полиэтнических государствах, в многонациональных субъектах как Республика Бурятия, возможна только при наличии верно определенной стратегической цели в сфере этнонациональной политики, а также разумных методов её реализации.

Однако, несмотря на положительные тенденции по реализации «Концепции государственной национальной политики»¹²⁵, утвержденной еще в 1996 г., проблемы межэтнического разногласия во многих субъектах России периодами обостряются.

¹²⁴ Дробижева Л.М. Об условиях формирования толерантных установок // Межкультурный диалог: исследования и практика. – С.112.

¹²⁵ См.: «Концепция государственной национальной политики в РФ», утвержденная Указом Президента РФ Б.Н. Ельциным от 15 июня 1996г. № 909.

Исследователь Н.А. Баранов¹²⁶ отмечает, что процессы этнических конфликтов во всех субъектах протекают по-разному, в зависимости от специфики сложившихся социокультурных и социально-экономических регионов страны. Исследователь выделяет четыре региона активного проявления этнополитического процесса: российский север (территория расселения финно-угорских народов), южно-сибирский район (зона политической активности якутов, тувинцев, бурят), татаро-башкирский район, северокавказский.

Основной задачей Концепции государственной национальной политики ставится преобразование России в государство, которое, будучи государством для человека, даст возможность самореализовываться каждому народу посредством различных форм национально-культурного самоопределения¹²⁷.

При этом, как пишет И.Н. Блохин, «если в качестве индикаторов ценностей принять идеологические установки средств массовой информации, то следует признать, что в настоящее время в России нет объединяющих ценностей, российское сообщество (даже та его часть, которая является активной аудиторией СМИ) расколото социально, культурно, идеологически. В подобных условиях сложно говорить о единстве журналистской корпорации, о журналистской профессиональной солидарности¹²⁸.

Как мы полагаем, одним из основных моментов разногласий в регионах страны, имеющих отображение в региональных и национальных СМИ, является социально-экономическая и политическая разностатусность народов.

¹²⁶ Баранов Н.А.. Политические отношения и политический процесс в современной России, СПб, 2011г. С. 56

¹²⁷ См.: Федеральный закон «О национально-культурной автономии»; Концепция государственной национальной политики. - М., 1996. - Ч.1.1.5.; Ч. 1.1.6.; Национальная политика России: история и современность. - М., 1997. - С. 363- 442.

¹²⁸ Блохин И.Н. Этножурналистика в политических процессах: ролевой анализ // диссертация на соискание ученой степени доктора политических наук, Санкт-Петербург, 2009. С. 273.

Так, России досталось устаревшее государственное устройство, административно-территориальное деление, почти без изменений сохранившееся с Советских времен, основанное на двух принципах – территориальном и национально-территориальном (этнотерриториальном). Выделение по этнотерриториальному принципу наименований субъектов РФ осуществляется через этноним – имени народа, что автоматически выделяет титульную этнонацию и остальные – нетитульные. Это не является формальным, ничего не значащим актом и влечет за собой номинально или реально особые права и привилегии для титульного этноса. Таким образом, вопрос об этнической идентичности приобретает не личностный и культурный, а социальный и политический смысл. Проблема этнотерриториального устройства выразилась в ряде кровопролитных конфликтов, произошедших на постсоветском пространстве (вооруженные столкновения в Абхазии, Южной Осетии, Нагорном Карабахе), то есть на тех территориях, которые ранее имели статус автономных образований.

Формулируя смысл национальной политики в многонациональном государстве, Р.Г. Абдулатипов пишет, что «политическая система многонациональной России будет успешно функционировать, если она будет базироваться на принципе политической и духовной солидарности, выстраивая подобную модель в этнонациональных отношениях. Деятельность государства, его органов власти в сфере этнонациональных отношений должна быть ориентирована на выполнение собирательной, интегративной, солидарной в целом духовно-созидательных функций»¹²⁹.

Поэтому, государству, построенному территориально по национальному принципу, с целью национальной безопасности страны необходимо внятно формулировать общенациональные интересы объединения и межэтнической толерантности. Тем более, когда в кризисные периоды межнациональных конфликтов средства массовой информации субъектов неизбежно втягиваются в этнические дискуссии.

¹²⁹ Абдулатипов Р.Г. Этнополитология. - СПб., 2004. - С. 127.

Национальная политика для России — это не разовые и даже не чрезвычайные акции, как это воспринимается, а стратегические линии деятельности государства и общества на долгосрочный период. Для выполнения этой исторической задачи, конечно, необходимо, чтобы национальная политика получила должное организационное, финансовое, культурное, информационное и, самое главное, правовое обеспечение. Национальная политика может и должна стать важнейшим действующим инструментом обеспечения стабильности и созидания в едином Отечестве. В своей основе все народы и культуры исторически работают именно в этом измерении¹³⁰.

Национальная политика государства должна учитывать необходимость обеспечения единства и целостности России в новых исторических условиях; политики согласования общегосударственных интересов всех населяющих её народов, налаживания их всестороннего сотрудничества, развития национальных языков и культур. В этом контексте выверенная национальная политика редакций, толерантное отношение к другим этническим группам, принятие их образа жизни и традиций – все это поможет журналистам принять и пропагандировать в современной реальности концепцию мультикультурализма.

Относительно Республики Бурятия исследователи Л.Л. Абаева, Н.Л. Жуковская¹³¹ отмечают, что об определенной этнополитической ситуации в Республике Бурятия следует говорить лишь в связи с ростом числа бурят – горожан, когда возникла среда действительно активного бурятско-русского взаимодействия. Прошлое же их сосуществование продолжительностью в три с половиной столетия, характеризуется изолированностью сельского проживания, где этнические стереотипы и предрассудки сохраняются веками. И даже в деревнях с этнически смешанным населением не наблюдается хорошее взаимопонимание и добрососедство. И лишь с конца

¹³⁰ Абдулатипов Р. Г. Национальный вопрос и государственное устройство России. — М., 2000, С. 167.

¹³¹ Абаева Л.Л., Жуковская Н.Л. Буряты. — М., 2004. — С.571.

1960-х годов возникли условия для интенсивных этнических контактов, как следствие численного увеличения бурят-горожан. Именно в эти годы, по мнению авторов, численно-весомый компонент позволил занять сильные позиции в системе формальных институтов власти и культуры.

Как отмечает исследователь Э.Д. Дагбаев, «в Республике Бурятия этнополитические процессы в постсоветский период протекали в общероссийском русле, но не отличались чрезмерной радикальностью и конфликтами между этносами¹³².

При этом исследователь Э.Д. Дагбаев отмечает, что развитие этносов в регионе протекает параллельно, без взаимных претензий в этностатусном неравенстве.

Соглашаясь с мнением исследователей о хронологических рамках активизации бурят в политике и развития этнополитических конфликтов в период бурятско-русского взаимодействия, следует сказать, что в процессе этнического самоопределения, самоидентификации бурят одним из существенных факторов становится функционирование региональных средств массовой информации на бурятском языке, в частности, начавшееся национальное телевидение. Судя по тому, как отражены в национальных СМИ Республики Бурятия различные этнополитические процессы, республика представляет собой относительно благоприятный регион, сумевший избежать острых и болезненных этнических конфликтов и противостояний.

Как полагает в своих исследованиях Г.У. Солдатова, за последние десятилетия представители титульных народов республик России – татары, тувинцы, якуты, буряты – стали воспринимать свою этническую общность как более привлекательную. В условиях реальности постсоветской России повышение этносоциального статуса указанных этносов было сопряжено с ростом чувства гордости и в снижении чувства стыда за свой народ¹³³.

¹³² Дагбаев Э.Д. Политические отношения и политические процессы в Бурятии, Улан-Удэ, БГУ.2011.- С. 133.

¹³³ Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряжённости. М., 1998.

Мы можем утверждать, что национальные СМИ, в том числе национальное телевидение, являясь формой самоорганизации и сплоченности этноса, одним из важных факторов национально-культурного возрождения нации, и удовлетворяя специфические духовные запросы аудитории, формируют положительное этническое самосознание членов того или иного народа. Потому как от формирования СМИ правильного национального самосознания населения России вне меньшей степени зависит стабилизация этнической обстановки.

Если в вопросе становления межэтнического согласия посредством СМИ обратиться к опыту других стран, то необходимо отметить, что проблема сохранения культуры и языка того или иного народа с участием СМИ на родном языке этноса существует во многих странах мира. Так, например, в Америке в настоящее время остро встает вопрос воссоздания многих национальных культур коренного населения (индейцев, эскимосов). Однако, в Америке не отражаются интересы этнических групп в СМИ на родных языках. Так, при желании создать СМИ на языке индейцев, столкнулись с проблемой незнания и неиспользования родного языка этническими группами.

Как мы знаем, современные СМИ Америки и Европы функционируют в рамках единой «западной» культурной ориентации. Этнокультурные, этноязыковые и этнополитические процессы наложили свой отпечаток на европейских и американских СМИ, роль которых чрезвычайно велика. Наиболее актуальными этническими проблемами становятся проблемы деформации национальной идентичности, демографическая ситуация, иммиграция, этническая преступность и терроризм, рост националистических настроений. Тем не менее, западные СМИ продолжают оставаться институтом формирования и развития этнических стереотипов.

Национальные СМИ в мусульманских странах Ближнего и Среднего Востока развиваются в русле общественно-политических интересов. Большую роль при решении многочисленных этнических проблем (арабо-

израильские отношения, курдский вопрос, различные антитеррористические коалиции) играют общенациональные телеканалы и печатные издания этих стран. СМИ выступают политической трибуной и инструментом гласности в борьбе за власть, особенно в периоды избирательных процессов.

В многонациональном Китае, например, также проводится национальная политика, формулирующая интересы всего народа в СМИ. Так, в отношении национальных меньшинств предпринимаются социально-политические решения, по результатам которых они пользуются льготами, имеют большие преимущества во многих социальных сферах ввиду своего особого положения. С целью создания привлекательного образа для инвесторов достаточно много телеканалов на иностранных языках, а на родных языках крупных этносов представлены только малотиражные печатные издания. При этом в СМИ запрещены любые политические публикации, кроме официальной информации. Всё это объясняется усилением роли государства в механизмах регуляции информационных потоков.

В России, как мы отмечали в предыдущих главах, в каждом национальном субъекте страны присутствуют СМИ на родных языках коренных народов. Национальные проблемы, если на уровне федеральных присутствуют в редких случаях, то находят отражение в большей степени в региональных национальных СМИ.

Как мы знаем, сохранение национальных культур и языков являются одними из приоритетных задач национальной политики России. В данном случае национальные СМИ выполняют функции актуализации этих проблем, ориентируя аудиторию в решении сформулированных задач и прогнозировании социально-политической ситуации.

Однако, необходимо отметить, что в большинстве российских национальных СМИ, отсутствует целенаправленная политика, а единичные провинциальные телеканалы в национальных республиках проводят национальную политику в своем регионе, в зависимости от принципиальной

позиции автора, где немаловажным фактором выступает его принадлежность к какой-нибудь этнической группе.

Именно поэтому, редакторам, тележурналистам и продюсерам, работающим в формате национального телевидения необходимо разработать целостную концепцию развития гуманного, просветительского национального телевидения в регионе, сформулировать ряд положений по планированию и организации конкретных просветительских, социально-политических программ, обосновать возможность и необходимость культурного просвещения населения региона посредством местного телевидения. Развитие национального телевидения зависит в большей степени не от принятых каких-то законов, а от журналистов, от специфической подачи информации, сохранения национальной колоритности в программах и перехода на новый качественный уровень.

Основываясь на собственные исследования, диссертантом предлагаются следующие аспекты совершенствования формата национального телевидения, с целью последующего повышения эффективности и положительного воздействия на межэтническую ситуацию в Республике Бурятия и на процессы развития этнической идентификации бурят:

- в связи с уменьшением количества бурят, владеющих родным языком, необходимо совершенствовать форму и содержание телевизионных программ;

- расширять объем вещания на бурятском языке (если на ГТРК «Бурятия» это сделать сложнее, то на коммерческих телеканалах это зачастую зависит от продюсеров или редакторов бурятских программ);

- расширять аудиторию, не уповать на технические возможности охвата потенциальной аудитории, так как реальная аудитория бурятских программ зависит от профессиональной работы тележурналистов;

- показательна тематическая ограниченность национального телевидения: большая часть телепрограмм посвящена официальной хронике,

состоянию сельского хозяйства, проблемам национальной культуры и языка, национального воспитания и религии. Мало освещаются факты финансово-экономической жизни, проблемы бизнеса, правовой сферы, индустриального и постиндустриального развития общества;

- постоянно повышать уровень квалификации журналистских кадров (участвовать в различных телевизионных конкурсах и грантах);

- имеющиеся технические и материальные возможности телевидения не гарантируют рейтинговость программ. Для этого именно журналистам необходимо не только расширять тематику рассматриваемых вопросов на национальных телеканалах, но и пробовать себя в разных жанровых ипостасях;

- важно разработать целенаправленную стратегию развития национального телевидения (с учетом разнонаправленных проектов, например, реклама на бурятском, фестивали, форумы), так как национальное телевидение формирует национальное самосознание путем распространения культурных, духовных ценностей, знаний о прошлом и настоящем народа, о выдающихся деятелях, обеспечивая информационную защиту от искажений исторических фактов, антинаучных выступлений, этнофобных нападок.

Для более точного определения особенностей национального телевидения как средства становления межнационального согласия в регионе обратимся к результатам нашего социологического исследования, в которых мы акцентировали внимание на анализе процессов межэтнической коммуникации, позволяющих нам выделить приоритетную интегративную функцию национального телевидения в поликультурном контексте.

В первую очередь нами были заданы вопросы о национальном составе соседей исследуемых респондентов и какой у них профессиональный национальный круг общения. Так, результаты показали, что у 48% респондентов в профессиональном национальном круге общения преимущественно буряты, у 41,5% - бурят примерно половина, у 10,5% - преимущественно не буряты, по национальному составу соседей следующие

результаты – у 88,2% респондентов соседи иной национальности и только у 11,8% респондентов нет соседей иной национальности (Рисунок 17).

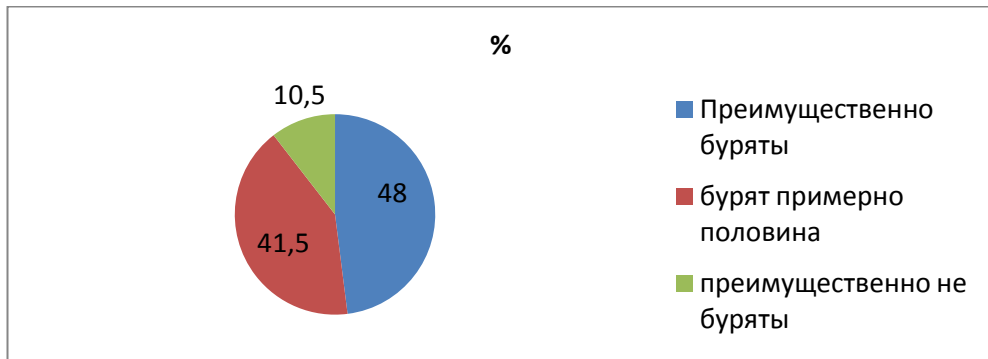


Рисунок 17. Профессиональный национальный круг общения респондентов

Мы наблюдаем преимущественно проживание и ведение профессиональной деятельности бурят в мононациональной среде. Эти данные подтверждают важность определения воздействия национального телевидения на межэтнические отношения, так как именно в многонациональном социуме сформировывается уникальное социокультурное пространство, характеризующееся общностью духовных ценностей, терпимостью и взаимопониманием.

Таблица 23.

Ответы респондентов на вопрос «Влияет ли национальное телевидение на межнациональные отношения в республике?»

	Параметры:	%
1	Оказывает большое влияние	53,7
2	Оказывает, но незначительное	30,5
3	Вообще не оказывает	7,8
4	Затрудняюсь ответить	8,1

Как видно из Таблицы №23, по мнению большинства респондентов (53,7%) национальное телевидение оказывает влияние на межнациональные отношения в республике. При этом чуть менее респондентов (30,5%) считают, национальным телевидением оказывается незначительное влияние на межэтническую ситуацию в регионе. Среди тех, кто засомневался и

ответил, что не влияет, респонденты, не являющиеся аудиторией национальных программ.

Таблица 24.

Ответы респондентов на вопрос «Поясните, пожалуйста, каким образом происходит влияние национального телевидения на межнациональные отношения в Республике Бурятия?»

	Параметры:	%
1	Национальное телевидение способствует межнациональной розни	3
2	Формирует отрицательное отношение к другим национальностям	16
3	Сближает людей разных национальностей, транслируя интересные материалы	68
4	Национальное телевидение прививает чувство уважения к другим национальностям	59
5	В программах на бурятском языке пропагандируются различные нацистские лозунги	0,4
6	Другое	13,8
7	Затрудняюсь ответить	19

Рассмотрев внимательно таблицу № 24, мы можем сделать вывод, что политико-экономические, историко-культурные, этнические, языковые параметры национального телевидения оказывают значительное влияние на сближение людей разных национальностей (68%) и национальное телевидение прививает чувство уважения к другим национальностям (59%), определяя межнациональное согласие в республике.

Для определения национального телевидения как социально-политического института, оказывающего воздействие на развитие этнической идентификации бурят, респондентам были заданы следующие вопросы.

Таблица 25.

«Как бы вы охарактеризовали влияние национального телевидения на политическую ситуацию в Республике Бурятия?»

	Параметры влияния на политику:	%
1	Национальное телевидение позволяет ориентироваться в политической ситуации в регионе	34
3	Выступления, интервью политических лидеров позволяют мне корректировать политические взгляды	16
4	За счет национального телевидения я могу принимать участие в политике региона	13

5	Национальное телевидение не рассматривает острые политические вопросы	57
6	Другое	19
7	Затрудняюсь ответить	6,8

При вопросе респондентам о влиянии национального телевидения на политическую ситуацию в регионе (Таблица 25), наибольший процент получил ответ о том, что национальное телевидение не рассматривает острые политические вопросы (57%). Как мы уже отмечали, это объясняется тем, что единственный государственный телеканал, зависимый от региональной власти, не позволяет ни в информационных, ни в информационно-аналитических программах острых негативно-окрашенных высказываний в адрес политиков, политических органов и ведомств. Коммерческие телеканалы с форматом национального телевидения не работают в информационно-аналитических жанрах. Однако следующая таблица о влиянии на социальную ситуацию подтверждает социально ориентированную стратегию национальных телеканалов.

Таблица 26.

Ответы респондентов на вопрос «Влияет ли национальное телевидение на социальную ситуацию в Республике Бурятия?»

	Параметры влияния на социальную ситуацию:	%
1	Национальное телевидение старается освещать разные социальные проблемы, но не дает способов их решения	69
2	Национальное телевидение разрешает различные социальные проблемы, помогая аудитории ориентироваться в социальных ситуациях	38
3	Другое	11
4	Затрудняюсь ответить	15,8

Так, 69% респондентов считают, что национальное телевидение старается освещать разные социальные проблемы, однако, не дает способов их решения, 38% респондентов полагают, что национальное телевидение все – таки разрешает различные социальные проблемы, помогая аудитории ориентироваться в социальных ситуациях.

При этом, нами были заданы вопросы экспертам об эффективности проведения региональной властью, журналистами национальных СМИ национальной политики и участия власти и СМИ в решении проблем языка и культуры бурятского языка. (Рисунок 18)

Как показывают результаты, только относительное (48,2%), а не подавляющее большинство считает, что власти региона помогают решать проблемы языка и культуры. Каждый третий из опрошенных (37,5%) полагает, что власти региона все-таки недостаточно эффективно решают проблемы этнокультурного и этнополитического развития бурят. При этом 26,6% экспертов абсолютно категорично отметили, что властные структуры игнорируют программы национальной политики. В сравнении с мнением о власти эксперты охарактеризовали также и деятельность журналистов и редакторов национальных телеканалов.



Рисунок 18. Оценочные суждения экспертов

Так, по мнению экспертов, редакторы и журналисты национальных телеканалов помогают решать проблемы языка и культуры бурятского этноса (75,9%), осуществляют корректную этнонациональную политику (95,3%) и содействуют межэтнической толерантности в регионе (75,9%). Сравнивая оценочные суждения экспертов с результатами опроса телевизионной аудитории, мы можем утверждать не только об участии национального телевидения в становлении межэтнического согласия в регионе, но и об эффективном его влиянии.

Мнение экспертов совпало с мнением респондентов в вопросе сохранения бурятского языка. Так на вопрос «Какие проблемы в программах местных телеканалов на бурятском языке Вас больше всего интересуют?» мы видим следующие результаты:

Таблица 27.

Ответы респондентов на вопрос «Какие проблемы в программах местных телеканалов на бурятском языке Вас больше всего интересуют?»

1	Проблемы бурятского языка	67,48%
2	Социальная проблематика	64,57%
3	Политика	37,8%
4	Образование	32,77%
5	культура	13,38%
6	спорт	12,14%
7	экономика	10,2%
8	Быт и традиции	7,9%
9	отдых	5,3%
10	история	3,7%
11	Другой вариант	2,1%

Тематика бурятского языка достаточно часто поднимается в национальных программах, поэтому проблемы по сохранению бурятского языка указываются как наиболее важные и актуальные (67,48%).

Так, Юнеско внесло бурятский язык в число исчезающих языков планеты. По данным переписи населения в 2010 г.¹³⁴ в Бурятии среди всего населения бурятским языком владеют - 21,9 % граждан, а русским - 75,7%. При этом среди бурят родным языком владеет 42,8%, русским – 99,89%.

¹³⁴ <http://www.perepis-2010.ru/results of the census>.

Тезис о том, что без языка не станет народа, транслируется в печати и на научных форумах, а все усилия власти по его сохранению не приносят результата, поскольку сфера функционирования языка продолжает сужаться. Самое популярное объяснение причин вытеснения бурятского языка из общения – многолетняя политика ассимиляции бурят, которая проводилась в Советском государстве.

По данным комитета по делам национальностей, общественных организаций и развитию гражданских инициатив Правительства Республики Бурятия в республике 409 школ, в которых преподается бурятский язык, из них в 282 школах он преподается как государственный два часа в неделю со 2 по 9 классы. Однако, принятые 27 февраля 2014 г. поправки в Закон «Об образовании в Республике Бурятия» от 13 декабря 2013 г. № 240-V¹³⁵ превратили изучение бурятского языка в школах республики из обязательного в факультативный. Так, в законе сказано, что школьники «имеют право на получение дошкольного, начального общего и основного общего образования на родном языке, а также право на изучение родного языка в пределах возможностей, предоставляемых системой образования»¹³⁶.

В своём интервью для еженедельника «МК в Бурятии» Глава Республики Бурятия Вячеслав Наговицын пояснил, что «данный закон прописывает, прежде всего, создание условий для изучения бурятского языка. В первую очередь – разработку учебных программ, образовательных комплексов для углублённого изучения, издание литературы и учебников на бурятском. Кроме того, власти обещают поддержку республиканской целевой программе по развитию и сохранению языка. А сам язык должен стать модным. Сохранять его должны помочь молодёжные клубы, летние лагеря, информационные проекты на бурятском языке»¹³⁷.

¹³⁵ <http://egov-buryatia.ru> Закон «Об образовании в Республике Бурятия» от 13 декабря 2013 г. № 240-V.

¹³⁶ <http://egov-buryatia.ru> Закон «О внесении изменений в Закон Республики Бурятия «Об образовании в РБ» от 07.03.2014 г. № 281-V.

¹³⁷ <http://ulan.mk.ru>.

Еще в июле 2010 г. Правительство Бурятии утвердило государственную программу «Сохранение и развитие бурятского языка» на 2011 – 2014 гг. Общая стоимость программы на 4 года оценивается более чем в 39 млн. руб. Программа предусматривает кардинальное обновление методов обучения языку, создание учебно-методических комплектов нового поколения и применение новых информационных технологий, сохранение и расширение издательской деятельности на бурятском языке. Предполагается внедрение дистанционной методики обучения языку для представителей бурятского народа, проживающих в других регионах России. Планируется переподготовка учителей, в результате чего доля педагогов, владеющих современными технологиями обучения, увеличится до 80%. Для формирования языковой среды запущено радио-ФМ с вещанием только на бурятском языке, планируется работа с компаниями Майкрософт, Паратайп для утверждения стандартов клавиатурной кодировки. По некоторым оценкам, программа впервые за долгие годы четко сформулировала и финансово обеспечила политику о языковом вопросе.

Таким образом, рассматривая достаточно актуальную на сегодняшний день проблему по сохранению бурятского языка, необходимо еще раз отметить важность функционирования и дальнейшего развития национального телевидения в Республике Бурятия, как одного из средств сохранения языка бурятского этноса.

Проблема реализации идеи культурного просвещения, политической социализации и формирования этнического сознания посредством регионального национального телевидения, представляется сегодня весьма актуальной и значимой. Термин «культурно-просветительская работа» звучит сегодня как некий анахронизм, задача культурного, нравственного просвещения и воспитания, повышения эстетического уровня, широты мировоззрения, общей культуры зрителей отнюдь не утратила своей актуальности на современном этапе. В этой связи очевидна необходимость разработки научно-теоретической модели осуществления социализирующе-

просветительской деятельности средствами местного национального телевидения с учетом современных возможностей и культурно-исторических традиций региона.

Как пишет исследователь В.В. Егоров, «определяя функции телевидения в социокультурных процессах вряд ли можно переоценить значение телевидения в формировании политической культуры и политических отношений»¹³⁸.

Так, влияние национального телевидения на культурно-ценностную ситуацию охарактеризовывается мнением большинства респондентов о том, что программы на бурятском языке настраивают на ценности общества, на постижение бурятской культуры (92,1%), знакомят с культурой бурят, расширяют кругозор (73,1%), влияют на нравственные ценности и пропагандируют нравственность во взаимоотношениях (58,2%) (Таблица 28). Из полученных результатов можно заключить, что национальное телевидение формирует положительные гуманистические ценности у телезрителей.

Таблица 28.

Ответы респондентов на вопрос «Как бы вы охарактеризовали влияние национального телевидения на культурно-ценностную ситуацию в республике?»

	Параметры влияния на культурно-ценностную ситуацию:	%
1	Программы на бурятском языке настраивают на ценности общества, на постижение бурятской культуры	92,1%
2	Программы на бурятском языке знакомят с культурой бурят, расширяют кругозор	73,1%
3	Национальное телевидение влияет на нравственные ценности и пропагандирует нравственность во взаимоотношениях	58,2%
4	Программы на бурятском языке осуществляют отрыв от настоящих культурных ценностей бурят	13,1%
5	Национальное телевидение способствует культурно-ценностной деградации бурят	11,5%
6	Другой вариант	8,2%
7	Затрудняюсь ответить	16,7%

Как подтверждают данные Таблицы № 28 национальное телевидение в Республике Бурятия формирует национальное сознание этнического

¹³⁸ Егоров В.В. Телевидение между прошлым и будущим. – М.: Воскресенье, 1999. – С.224;

сообщества бурят, как комплекс объединяющих ценностей и национальных интересов.

Таким образом, обращая внимание на значимость национального телевидения в сфере межэтнического взаимодействия, необходимо сделать следующие выводы:

- Национальное телевидение может служить мощным механизмом для реализации принципов социальной, культурной и этнической политики, как сочетание пропаганды и освоения культурного наследия с задачами социокультурной и этнополитической модернизации региона.

- Национальное телевидение стремится руководствоваться принципами равноправия народов, их суверенитета, права на самоопределение, поддержки прав малочисленных народов, этнических сообществ на сохранение их культурной самобытности и национального своеобразия, соблюдения межнационального консенсуса, этнонациональных и общегосударственных интересов.

- Национальное телевидение, как один из видов национальных СМИ, посредством социализации, сохранения, выражения, передачи социальных и культурных традиций, популяризирует традиционные и современные позитивные практики межэтнических взаимоотношений, противодействует проявлению национализма и ксенофобии.

- Характер и содержание информационных материалов, освещение национальных проблем и политически-значимых событий определяют национальное телевидение как этнополитическое явление, сферой этнического диалога, дискуссий, а порой и конфликта.

- Возрастание роли национального телевидения в процессах межэтнического взаимодействия характеризуются не только доверием телевизионной аудитории, но и возможностью этноса политически интегрироваться, то есть включаться в толерантный межэтнический процесс, характерный для многонационального Российского государства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе выявлены и исследованы особенности коммуникативного взаимодействия национального телевидения и телевизионной аудитории по развитию этнической идентификации бурят. Анализируя историко-технические изменения, произошедшие в системе регионального телевидения, коммуникативные и жанрово-тематические особенности национального телевидения, мы выявили связь данных аспектов с природой этнических идентичностей.

В современных условиях национальное телевидение как социальный институт этнической общности и один из видов СМИ в регионах России, имеет свою определенную цель, разнообразные функции, влияет на консолидацию и интеграцию этносов, становится важным фактором духовно-нравственного воспитания и формирования положительного этнического сознания аудитории.

Национальное телевидение на языке того или иного коренного населения выступает одним из факторов развития информационно-политического и информационно-культурного пространства региона. Таким образом, у национального телевидения возрастает роль как канала формирования, ретрансляции и сохранения национальных ценностей, которые связаны с традициями, устоями общества, неотъемлемой частью этнокультурного и этносоциального пластов, определяющих идентичность той или иной национальности. Этническая идентификация под воздействием национального телевидения наиболее полно отражает процесс изменения идентичности этноса, то есть на процесс развития этнической идентификации влияют не только «примордиальные» характеристики, представленные общими традициями этноса, бытовой культурой, языком, религией и др., а также и характеристики «конструктивизма», такие, как средства массовой информации, национальная политика государства, система образования.

Следует отметить, что этническая идентификация, без сомнения, является составной частью структуры сознания личности, влияющей на сознание и поведение индивидов. Она, как процесс и продукт противоречивого взаимодействия, сложившегося в ней опыта адаптивной стратегии поведения и изменчивой реальности бытия.

По результатам проведенного анкетирования, мы выяснили, что национальное телевидение оказывает достаточно сильное воздействие на этническую группу бурят, их стремления, цели и поступки, на культурно-ценностные, социальные, политические ориентиры. Важно учитывать тот факт, что национальное телевидение воздействует на социально-политическое, этнокультурное, этнопсихологическое поведение личности. Среди населения Республики Бурятия, которые идентифицируют себя бурятами, телевидение является самым популярным средством массовой информации.

Национальное телевидение является одной из самых важных составляющих общественной жизни и источником духовного производства среди бурят. Важно отметить тот факт, что региональные национальные телеканалы в процессе своей деятельности по производству и распространению телепродукции и её доведения до потребителя образуют особый коммуникативный процесс и единое информационное пространство. Потребление общественно-политических новостей, разножанровых телепродуктов, этнически ориентированной информации являются факторами развития этнической идентификации бурят. В результате особого, доверительного коммуникативного внутриэтнического взаимодействия национального телевидения с аудиторией происходит духовное возрождение этноса и развивается этническая идентификация личности.

Современное национальное телевидение влияет на этнополитическую активность аудитории, повышает уровень социально-политической, этнокультурной грамотности телезрителей.

Несмотря на тот факт, что национальное телевидение на современном этапе развития является зависимым от рыночной экономики, оно находит возможности исполнять свои воспитательные, образовательные, идеологические, просветительские и консолидирующие функции. Это находит отражение в тематике передач. Цель всех материалов национального телевидения Республики Бурятия – содействие национальному духовному возрождению и развитию бурят, сохранению свободы национальной культуры языка, трансляция особенностей бурятской культуры.

Отличительной особенностью национального телевидения является двуязычие, в которой работают журналисты телеканалов. Двуязычие (билингвизм) способствует сохранению и всестороннему развитию бурятского языка, так как в современном мире роль национального телевидения для развития языков имеет существенное значение, посредством телевидения происходит трансформация языка в условиях социокультурной модернизации, формирование языка средств массовой информации, научной терминологии.

Роль тележурналистов и героев программ в освещении этнических проблем усиливается, а коммуникаторы порой не осознают в достаточной мере своей позиции в этих процессах. Надо заметить, что в нашей стране нет ясной национальной политики, поэтому профессиональные коммуникаторы порой растеряны и у них нет четкой концепции в освещении этнических проблем.

Все вопросы, рассматриваемые журналистами в национальных программах Республики Бурятия, трактуются в выдержанном тоне, доброжелательном по отношению ко всем сообществам, призывающим взаимоуважению и диалогу культур, что, в свою очередь, позволяет этносу интегрироваться и толерантно взаимодействовать с другими этническими группами.

Мы выявили, что посредством национального телевидения, несмотря на несовершенство правового регулирования в этнополитических процессах

региона, на этническую идентификацию бурят оказывается достаточно положительное воздействие, характеризующееся объединением этнической общности в плане их социально-политического поведения и образования социальных феноменов, имеющих этническую природу.

Таким образом, национальное телевидение является составной частью процесса утверждения и развития этнической идентификации бурят; оно формирует большой спектр этнических идентичностей, который значительно перевешивает отрицательные явления, негативные установки, которые существуют в немалом количестве на современном экране; является консолидирующим звеном в системе коммуникаций, объединяющим бурят на основе политических ориентаций, культурных ценностей и исторических традиций.

Это дает нам основание для вывода, что современное национальное телевидение участвует в процессе сплачивания этноса, эффективно воздействуя, развивая и формируя этническую идентификацию и этническое самосознание телезрителей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абаева Л.Л., Жуковская Н.Л. Буряты / Л.Л. Абаева, Н.Л. Жуковская. – М.: Наука, 2004. – 571 с.
2. Абдулкаримов Г.Г. Теоретические проблемы актуальной этнополитики в России. Этносоциология модернизации современной России: монография / Г.Г. Абдулкаримов. - М.: Весь мир, 2008. – 336 с.
3. Абдулатипов Р.Г. Национальная политика Российской Федерации: от концепции к реализации / Р.Г. Абдулатипов, В.А. Михайлов, А.А. Чичановский. - М.: Славянский диалог, 1997. – 111 с.
4. Абдулатипов Р.Г. Национальный вопрос и государственное устройство России / Р.Г. Абдулатипов. – М.: Славянский диалог, 2000. – 656 с.
5. Абдулатипов, Р.Г. Нация и национализм: добро и зло в национальном вопросе / Р.Г. Абдулатипов. — М.: Славянский диалог, 1998.
6. Амоголонова Д.Д. Бурятская этничность в контексте социокультурной модернизации (постсоветский период) / Д.Д. Амоголонова, И.Э. Елаева, Т.Д. Скрынникова; отв. ред. Т.Д. Скрынникова. – Иркутск: Изд-во РПЦ «Радиян», 2005. – 246 с.
7. Амоголонова Д.Д. Бурятская этносфера. Постсоветское социокультурное пространство / Д.Д. Амоголонова. – М.: Книга по требованию, 2011. - 516 с.
8. Американская социологическая мысль: Тексты / Под ред. В.И. Добренькова. – М.: Изд-во МГУ, 1994. - 496 с.
9. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма / Б. Андерсон; Пер. с англ. В. Николаева; Вступ. ст. С. Баньковской. — М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2001. – 288 с.
10. Андерсон Б. Нации и национализм / Б. Андерсон, О. Бауэр, М. Хрох и др.; пер.с англ. и нем. Л.Е. Переяславцевой, М.С. Панина, М.Б. Гнедовского. - М.: Праксис, 2002. – 416 с.

11. Арутюнян Ю.В., Дробижева Л.М. Многообразие культурной жизни народов СССР. - М.: Мысль, 1987. – С. 5.
12. Ачкасов В.А. Этнополитология / В.А. Ачкасов - СПб.: Изд-во С.-Петербур. Ун-та, 2005. – 337 с.
13. Ачкасов В.А. Этническая идентичность в ситуациях общественного выбора // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1999. – Том 2. Выпуск 1. С 45-48.
14. Афанасьев В.Г. Социальная информация и управление обществом /В.Г. Афанасьев. - М., 1993.
15. Баранов Н.А.. Политические отношения и политический процесс в современной России / Н.А. Баранов. - СПб, 2011г. С. 56.
16. Бауэр О. Национальный вопрос и социал-демократия // Нации и национализм / Б. Андерсон, О. Бауэр, М. Хрох и др.: пер. с англ. и нем. Л.Е. Переяславцевой, М.С. Паниной, М.Б. Гнедовского. – М.: Праксис, 2002. – С. 52 – 120.
17. Бергер П.Л., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П.Л. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. – С. 112-115.
18. Бердяев Н.А. Русская идея. Судьба России / Н.А. Бердяев. - М.: Сварог и К, 1997. – 544 с.
19. Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации / В.М. Березин. – М., 2002. – С. 11-13
20. Блохин И.Н. Этножурналистика в политических процессах: ролевой анализ: дис. ...доктора полит. наук: 10.01.10. / И.Н. Блохин; Санкт-Петербургский государственный университет. - СПб., 2009.
21. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения /Н.Н. Богомолова. – М.: Изд-во Московского университета, 1991. – С.8.
22. Богомолова Н.Н. Массовая коммуникация и общение / Н.Н. Богомолова. – М.: Изд-во Знание, 1988. – 80 с.
23. Борев В. Ю. Культура и массовая коммуникация // В.Ю. Борев, А.В.

- Коваленко. - Куйбышев, 1986. - 304 с.
24. Бурдые П. Социология политики: Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и предисл. Н.А. Шматко. - М.: Socio-Logos, 1993. — 336 с.
25. Буряты в контексте современных этнокультурных и этносоциальных процессов. Традиционная культура, народное искусство и национальные виды спорта бурят в условиях полиэтничности: в 3 т. Диаспоры в контексте современных этнокультурных и этносоциальных процессов / Л.Л. Абаева, Д.Д. Нимаев, Д.Ц. Бороноева. – Улан-Удэ: изд-во Бурятского госуниверситета, 2006. - Т. 3. – 256 с.
26. Бурятская этничность в контексте социокультурной модернизации (постсоветский период). – Д.Д. Амоголонова, И.Э. Елаева, Т.Д. Скрынникова, монографии. Иркутск, РПЦ «Радан», 2005. – С. 22-23.
27. Бромлей Ю.В. Очерки теории этноса / Ю.В. Бромлей. – М.: Наука. – 1983. – 412 с.
28. Бромлей Ю.В. Этносоциальные процессы: теория, история, современность / Ю.В. Бромлей. - М.: Наука. - 1987. – 333 с.
29. Варнавский П.К. Бурятская этничность в контексте социокультурной модернизации (конец XIX- первая треть XX веков) / Варнавский П.К., Дырхеева Г.А., Скрынникова Т.Д. ; отв. ред. Т.Д. Скрынникова ; Иркут. межрегион. ин-т обществ. наук, Ин-т монголоведения, буддологии и тибетологии СО РАН. - Иркутск: Оттиск, 2003. - 242 с.
30. Вебер М. Избранные произведения / М. Вебер. - М: Мысль, 1990.- 808 с.
31. Вильчек В. М. Под знаком ТВ / В.М. Вильчек. - М.: Искусство, 1987. - 298с.
32. Воскобойников В.С., Юрьев В.К. Журналист и информация / В.С. Воскобойников, В.К. Юрьев. - М., 1993. – С.54-55.
33. Грушин Б.А. Эффективность массовой информации: понятие и проблемы измерения / Б.А. Грушин.- М.: Политиздат, 1979. - С.136-150.
34. Губогло М.Н. Этническая идентичность: этносоциологические очерки / М.Н. Губогло. – М.: Наука, 2003. - С. 195-251.

35. Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли / Л.Н. Гумилев. – М.: Мысль, 1991. – 496 с.
36. Гумилев Л.Н. Этносфера: история людей и история природы / Л.Н. Гумилев. - М.: АСТ. - 2010. – 575 с.
37. Гумплович Л. Основы социологии / Л. Гумплович; пер. В. Гессен. - М.: Либроком, 2010. – 368 с.
38. Дагбаев Э.Д. Пресса и национально-политический процесс региона: Опыт политологического и социологического анализа / Э.Д. Дагбаев. - Улан-Удэ: БНЦ СО РАН, 1995. – 127 с.
39. Дагбаев Э.Д. Средства массовой информации и власть / Э.Д. Дагбаев. - Улан-Удэ: Изд-во Бурят. госуниверситета, 1999.
40. Дагбаев Э.Д. Средства массовой информации: динамические модели политической коммуникации / Э.Д. Дагбаев. - Улан-Удэ: Изд-во Бурят. госуниверситета, 2004. – 268 с.
41. Дагбаев Э.Д. Политические отношения и политические процессы в Бурятии / Э.Д. Дагбаев. - Улан-Удэ: Изд-во Бурят. госуниверситета, 2011.- 160 с.
42. Дзялошинский И.М. Российские СМИ в избирательной кампании: уроки эффективности / И.М. Дзялошинский. - М.: Векон, 1996.
43. Дзялошинский И.М. СМИ, власть и гражданское общество в регионе / И.М. Дзялошинский. – М.: Пульс, 2002. – С.23-27.
44. Донцов А.И. Язык как фактор этнической идентичности / Донцов А.И., Стефаненко Т.Г., Уталиева Ж.Т. // Вопросы психологии. - 1997. - № 4. - С. 75-86.
45. Дробижева Л.М. Гражданские, этнические и религиозные идентичности в современной России / Л.М. Дробижева, И.М. Кузнецов; под ред. В.С. Магун. - М.: Издательство Института социологии РАН, 2006. – 327 с.
46. Дробижева Л.М. Российская и этническая идентичность: противостояние или совместимость / Л.М. Дробижева // Россия реформирующаяся. – М.: Academia, 2002. - С.213-244.

47. Дробижева Л. М. Социальные проблемы межнациональных отношений в постсоветской России / Л.М. Дробижева. - М.: ИС РАН, 2003. — 376 с.
48. Дробижева Л.М. Об условиях формирования толерантных установок // Межкультурный диалог: исследования и практика. – С.112.
49. Дэннис Э., Мэррилл Дж. Беседы о масс-медиа / Э. Дэннис., Дж. Мэррилл.- М.: Вагриус, 1997.-С.55-250.
50. Дубин Б.В., Рейтблат А. Государственная информация и массовая коммуникация // Отечественные записки, 2003. № 4.
51. Дырхеева Г.А. Бурятско-русский билингвизм: психолингвистический аспект / Г.А. Дырхеева. - Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 2010. - 166 с.
52. Егоров В.В. Телевидение. Страницы истории / В.В. Егоров. - М.: Аспект пресс, 2004. – С. 32.
53. Егоров В.В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии / В.В. Егоров. – М., 1997. – С. 22.
54. Елаева И.Э. Теоретические подходы к изучению этнической идентичности в отечественной науке / И.Э. Елаева // Этнологические исследования. – Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 2000. – Вып.1. – С. 28-66.;
55. Елаева И.Э. Этническая идентичность бурят в постсоветский период / И.Э. Елаева // Буряты / Отв. ред. Л.Л. Абаева, Н.Л. Жуковская; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая. – М.: Наука, 2004. – 633 с. – С. 577-587.
56. Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 года N 2124-1 (посл. ред. от 02.07.2013 N 185-ФЗ) «О средствах массовой информации» // <http://www.consultant.ru>
57. Закон Российской Федерации от 17.06.1996 N 74-ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О национально-культурной автономии» // <http://www.consultant.ru>
58. Закон Республики Бурятия «Об образовании в Республике Бурятия» от 13 декабря 2013 г. № 240-V // <http://egov-buryatia.ru>.
59. Закон Республики Бурятия «О внесении изменений в Закон Республики

- Бурятия «Об образовании в РБ» от 07.03.2014 г. № 281- V // <http://egov-buryatia.ru>
60. Засурский Я.Н., Варганова Е.Л., Засурский И.И., Раскин А.В., Рихтер А.Г. Средства массовой информации постсоветской России / Я. Н. Засурский, Е. Л. Варганова, И. И. Засурский, А. В. Раскин, А. Г. Рихтер. - М.: Аспект Пресс, 2002. – 303с.
61. Зверева Н.В. Школа регионального журналиста / Н.В. Зверева. - М.: Аспект Пресс, 2004.- С. 28.
62. Здравомыслов А. Г. «Священность» этноса или релятивизм национальной конструкции? Размышления о книге В.А. Тишкова «Очерки теории и политики этничности в России». М.: Русский мир, 1997 / А.Г. Здравомыслов // Социологический журнал. - 1998. - № 3/4.
63. Здравомыслов А.Г. Этнополитические процессы и динамика национального самосознания россиян / А.Г. Здравомыслов // Социс. – 1996. - № 12. - С. 23-33.
64. Иголкин М.В. Медиакратия как система // Анализ систем на пороге 21 века: теория и практика. Материалы конференции, Москва, 16-18 декабря 1997г., М. – 1997.
65. Касьянов В.В. Социология массовой коммуникации / В.В. Касьянов. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. - С.29.
66. Кацев И.Г. История российского телевидения 1907 -2000 / И.Г. Кацев. - М. – С.18-19.
67. Киричек П.Н., Потапов П.Ф. Печать и этнос / П.Н. Киричек, П.Ф. Потапов. - Саранск, 2005. - С.4.
68. Конституция Российской Федерации, принята на всенародном голосовании от 12 декабря 1993 г. [Электронный ресурс] - <http://www.consultant.ru>
69. Конституция Республики Бурятия, принята Верховным Советом Республики Бурятия 22 февраля 1994 г. [Электронный ресурс] - <http://www.consultant.ru>

70. «Концепция государственной национальной политики в РФ», утвержденная Указом Президента РФ Б.Н. Ельциным от 15 июня 1996г. № 909. [Электронный ресурс] - <http://www.consultant.ru>
71. Коробейников В. С. Редакция и аудитория: социальный анализ / В.С. Коробейников. - М.: Мысль, 1983. - 117 с.
72. Корконосенко С.Г. Журналистика и демократия / С.Г. Корконосенко. – М., 2001. – С. 2-6.
73. Крюков М.В. Эволюция этнического самосознания и проблема этногенеза / М.В. Крюков // Расы и народы. Вып. 6. – М.: Наука, 1976. – С. 42-63.
74. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика / Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. – М., 2005. – С.36.
75. Лебедева Н.М. Идентичность и толерантность / Н.М. Лебедева. М : Ин-т этнологии и антропологии РАН, 2002. – 414 с.
76. Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчунова, под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. - 384 с.
77. Лотман Ю.М. Структура художественного текста / Ю.М. Лотман. - М.: Искусство, 1977.-С.7-16.
78. Лоусон Д.- Г. TV США / Д.-Г. Лоусон // Искусство кино, 1963.-№ 9.- 91с.
79. Луман Н. Реальность масс-медиа. Пер. с нем. А.Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2005.- С.11-15.
80. Мадияров А. Б. Влияние СМИ на формирование идеологии межэтнического согласия: дис. ...канд. соц. наук: 22.00.04 / А.Б. Мадияров; КГУ. - Казань, 1998. – 156 с.
- 81.Маклюэн М. Средство есть сообщение // Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. М.: РИП-холдинг, 2002. - С.303-315.
82. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека: пер. с англ. В.Г. Николаева. – М.: Кучково поле, 2011. – 464 с.
83. Малькова В.К. Современные этнические СМИ как инструмент

- консолидации этнических сообществ / В.К. Малькова // Этнографическое обозрение. - 2009. - №1. - С. 139-141.
84. Мельник Г.С. Mass media: психологические процессы и эффекты / Г.С. Мельник. - Спб.: Вагриус, 1996.- С.10-11
85. Монаков А.М. Этнос и этническая идентичность / А.М. Монаков // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7. Философия. М., 2008. - № 1. - С. 72-91.
86. Монро П. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность / П. Монро. [Электронный ресурс]. - <http://www.gumer.info/bibliotek>
87. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс: пер. с франц. А.В. Брушлинский. - М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. – 354 с.
88. Мухина В.С. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество : учеб. для студ. вузов / В.С. Мухина. – 4-е изд. - М.: Издательский центр «Академия», 1999. – 456 с.
89. Мухина В.С. Этнопсихология: настоящее и будущее / В.С. Мухина // Феноменология развития и бытия личности / сост. В.С. Мухина. - М.; Модэк, 1999. - С. 434-444.
90. Народы и религии мира // Энциклопедия / гл. ред. В.А. Тишков. - М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. - 928 с.
91. Народы России. Энциклопедия. М.,1994. - С.461.
92. Национальное самосознание и национализм в Российской Федерации начала 90-х годов / отв. ред. Л.М. Дробижева М.: ИЭА РАН, 1994. -273 с.
93. Науменко Т. Социология массовой коммуникации в структуре социологического знания / Т. Науменко // Социо. – 2003. - № 10. – С.42.
94. Нечай О. Ракурсы / О. Нечай. - М.: Искусство, 1990. – С.77
95. Николаева М.Н. Этническая идентичность народов России / М.Н. Николаева. – М.: 2002. - С.87.
96. «Окинавская хартия глобального информационного общества», принята на о. Окинава 22.07.2000. [Электронный ресурс] -<http://www.consultant.ru>

97. Ортега -и- Гассет Х. Восстание масс / Х. Ортега-и-Гассет. - М.: искусство, 1991.-С.40-228.
98. Основные понятия теории журналистики /под ред. Я. Н. Засурского. - М., 2003. - С. 81.
99. Петров Л. В. Массовая коммуникация и культура / Л. Петров. - СПб.: Изд. - во СПб ГУК, 1999. – С.205.
100. Пименов В.В. Этнология: предметная область, социальные функции, понятийный аппарат / В.В. Пименов // Этнология. - М.: Наука, 1994. С. 5-14.
101. Поберезникова Е.В. Телевидение взаимодействия: Интерактивное поле общения / Е.В. Поберезникова.-М.: Аспект Пресс, 2004.-С.6
102. Попов В.Д. Информациология и информационная политика / В.Д. Попов. – М., 2001, С.38
103. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. - М., 2001. - С.192.
104. Приказ Минсвязи РФ от 29.12.1995 N 152 (ред. от 29.01.1998) «О мерах по выполнению Указа Президента Российской Федерации от 6 октября 1995 г. N 1019 «О совершенствовании телерадиовещания в Российской Федерации» и Постановления Правительства Российской Федерации от 13 декабря 1995 г. N 1234 «Об обеспечении распространения программ общероссийских и региональных государственных телерадиовещательных организаций» [Электронный ресурс] - <http://www.consultant.ru>
105. Приказ Роспечати от 18.10.2004 N 76 (ред. от 09.06.2011) «Об утверждении Положения об использовании средств на оказание экстренной финансовой помощи региональным государственным телерадиокомпаниям - филиалам ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» [Электронный ресурс] - <http://www.consultant.ru>
106. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М., 2003. – С. 40-48.
107. Психология телевизионной коммуникации // под ред. Л.В. Матвеевой,

- Т.Я. Аникеевой, Ю.В. Мочаловой. - М.: РИП-холдинг, 2004. – 215 с.
108. Рыбаков С.Е. К вопросу о понятии «этнос». Философско-антропологический аспект / С.Е. Рыбаков // Этнографическое обозрение. – 1998. - № 6. – С. 3-15.
109. Садохин А.П. Этнология : учеб. пособие / А.П. Садохин. – 3-е изд. – М.: Альфа-М; Инфра-М, 2004. – 352 с.
110. Саппак В. Телевидение и мы, Четыре беседы / В. Саппак. - М.: «Искусство», 1988. – С. 33.
111. Система средств массовой информации // Под ред. Засурского Я.Н. – М. 2001. – 173 с.
112. Скворцов Н.Г. Этничность в современном обществе: подходы и проблемы / Н.Г. Скворцов // Возрождение культуры России: диалог культур и национальные отношения. – 1996. - №4. - С. 45-51.
113. Скрынникова Т.Д. Этничность в самоидентификации бурят / Т.Д. Скрынникова // Бурятская этничность в контексте социокультурной модернизации бурят в начале XX века. Иркутск: Оттиск, 2003. - С. 22-89.
Скрынникова Т.Д. Социокультурная модернизация XX в. и бурятская этничность / Т.Д. Скрынникова // Цивилизационные процессы на Дальнем Востоке. Монголия и ее окружение; под ред. А.С. Железнякова, К.Б.-М. Митупова. - М.: ИФ «Вост. лит-ра», 2005. - С. 35-40.
114. Солдатова Г.У. Межэтническое общение: когнитивная структура этнического самосознания / Г.У. Солдатова // Познание и общение : сборник / ред. Б.Ф. Ломов, А.В. Беляева, М. Коул ; Академия наук СССР. Институт психологии. - М. : Наука, 1988. - 208 с.
115. Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности / Г.У. Солдатова. – М. : Смысл, 1998. - 389 с.
116. Соловьев А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации / А.И. Соловьев // Полис. 2002. №3.
117. Сорокин П.А. Человек, цивилизация, общество / П.А. Сорокин; под ред. А. Ю. Согомонова: пер. с англ. - М.: Политиздат, 1992. – 543 с.

118. Социология межэтнической толерантности / отв.ред. Л.М. Дробижева. - М.: Изд-во ИС РАН, 2003. – 222 с.
119. Стефаненко Т.Г. Язык, этническая идентичность и межэтническое взаимодействие / Т.Г. Стефаненко // Межкультурный диалог: Лекции по проблемам межэтнического и межконфессионального взаимодействия / под ред. М.Ю. Мартынова, В.А. Тишкова, Н.М. Лебедевой. - М.: РУДН, 2003. - 406 с.
120. Сусоколов А.А. Структурные факторы самоорганизации этноса / А.А. Сусоколов // Расы и народы : вып. 20 / отв. ред. С.И. Брук. - М.: Наука, 1990. С.5-39.
121. Суханов В.М. Региональная политическая идентичность в России: теоретический анализ состояния и перспективы: дис. ...доктора полит. наук: 23.00.01 / В.М. Суханов; Саратов. гос. ун-т им. Н.Г. Чернышевского. - Саратов, 2009.- 430 с.
122. Токвиль А. Демократия в Америке / А. Токвиль.-М.: Политиздат, 1986.- С. 29-40.
123. Тоффлер Э. Информация знание / Э. Тоффлер // Диалог США, 1992.- №3.-С.7-9.
124. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом: курс лекций по теории и практике современной журналистики / В.Т. Третьяков. – М.: Ладомир, 2004. – С. 241 -242.
125. Телевизионная журналистика / Под ред. Г.В. Кузнецова, В.Л. Цвика, А.Я. Юровского. - М., 2002. – С. 65.
126. Телерадиоэфир: история и современность / Под ред. Я.Н. Засурского. - М.: Аспект Пресс, 2005. - 32с.
127. Тишков В.А. Очерки теории и политики этничности в России / В.А. Тишков. – М. : Русский мир, 1997. – 532 с.
128. Тишков В.А. Идентичность и культурные границы // Идентичность и конфликт в постсоветских государствах / под ред. М.Б. Олкотт, В.А. Тишкова, А. Малашенко. – М.: Московский Центр Карнеги, 1997. - С.

- 15-44.
129. Тишков В.А. Советская этнография: преодоление кризиса / В.А. Тишков // Этнографическое обозрение. – 1992. - № 1. - С. 5-20.
130. Тишков В.А. Этнология и политика / В.А. Тишков. - М.: Наука, 2001. - 240 с.
131. Тишков В.А. Реквием этносу. Исследования по социокультурной антропологии. М., Наука, 2003, - с. 114.
132. Тишков В.А. Этничность, национализм и государство в посткоммунистическом обществе / В.А. Тишков // Вопросы социологии, 1993. - №1. – С. 3-38.
133. Файзуллин Ф.С. Грани этнической идентификации / Ф.С. Файзуллин, А.Я. Зарипов // Социс. - 1997. - № 8. - С. 40-47.
134. Федякин И.В. Государственное телевидение как инструмент государственной информационной политики: политологический анализ российского и зарубежного опыта: дис. ...канд. полит. наук: 23.00.02 / И.В. Федякин; МГУ им. Ломоносова. - М. 2009.- 188 с.
135. Филатова О.Г. Методика и техника социологического исследования / О.Г. Филатова. – СПб: Изд-во В.А. Михайлова, 2000. – 47 с.
136. Фирсов Б.М. Телевидение: социальность восприятия / Б.М. Фирсов // Телевидение вчера, сегодня, завтра. – М., 1985. – С. 17-21.
137. Фрейд З. «Я» и «Оно» / З. Фрейд. - М.: Азбука, 2002. – 288 с.
138. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я» / З. Фрейд; пер. Я.М. Коган, И.Д. Ермаков. – М.: Азбука, 2011. – 192 с.
139. Хабермас Ю. Что такое «делиберативная политика». Вовлечение другого // Очерки политической теории. - М., 2001. Гл.5. С.392.
140. Хантингтон С.Ф. Столкновение цивилизаций / С.Ф. Хантингтон. - М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. – 603 с.
141. Хантингтон С.Ф. Политический порядок в меняющихся обществах / С.Ф. Хантингтон; пер. В. Рокитянский. – М.: Прогресс-Традиция. – 480 с.
142. Хилханов Д.Л. Этническая идентичность и этносоциальные процессы в

- Бурятия: история и современность / Д.Л. Хилханов. - Улан-Удэ: ИПК ФГОУ ВПО ВСГАКИ, 2005. – 206 с.
143. Хобсбаум Э. Нации и национализм / Э. Хобсбаум. – Спб.: Праксис, 2002. – 416 с.
144. Хотинец В.Ю. Этническое самосознание / В.Ю. Хотинец. - Спб.: Изд-во Алетейя, 2000. – 240 с.
145. Хриенко А.П. Этническая идентификация как категория социологической науки / А.П. Хриенко // Социология власти – 2007. - №1. – С. 113-119.
146. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. 2-е изд., перераб. и доп. / В.Л. Цвик. – М., 2009.- 310 с.
147. Цвик В.Л. «История телевидения» / В.Л. Цвик. – М., 2004. - С.9
148. Ценности и символы национального самосознания в условиях изменяющегося общества // отв. ред. Л.М. Дробижева, Т.С. Гузенкова. - М.: ИЭИРАН, 1994. - 236 с.
149. Чешко С.В. Человек и этничность / С.В. Чешко // Этнографическое обозрение. – 1994. - №6. - С. 35-49.
150. Чимитова Е. Без прочных национальных корней нет нации. Родной язык в школах Бурятии / Е. Чимитова // Народное образование. 2002.- № 7. – С. 110-112.
151. Шабаев Ю.П. Этнополитология / Ю.П. Шабаев, М.: Юнити, 2005. – с. 7.
152. Эрикссон Э. Идентичность: юность и кризис / Э. Эрикссон. - М.: Прогресс, 1996. – 344 с.
153. Этническая толерантность в поликультурных регионах России // отв.ред. Н.М. Лебедева, А.Н. Татарко. - М.: Изд-во РУДН, 2002. – 296 с.
154. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В.А. Ядов. – М.: Добросвет, 1999 – 596 с.
155. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа,

- методы / В.А. Ядов. – Самара: Самарский Университет, 1995. – 328 с.
156. Bryson L. The communication of ideas. N.Y. / L. Bryson. - 1948. - P.312-375.
157. Clark K. Television. Art. Science and human progress. London / К. Clark. - 1983.- P.26-43.
158. Downing J., Husband C. Representing «Race». Racisms, Ethnicities and Media // The ethnic conflict. 2006. №1.
159. Erikson E. Ethnicity and Nationalism: Anthropological Perspectives / E. Erikson. – London: Pluto Press, 1993. - P. 675-679.
160. Fridmann G. Enseigman et culture de mass.- In: "Communications"- Paris, 1978.-№ 11.- P.3-9.
161. Geertz Clifford. The interpretation of cultures: selected essays / C. Geertz – N.Y., 1973. – 470 p.
162. Glazer N. Introduction. – In: Ethnicity: Theory and Experience/Ed. by N. Glazer, D.P. Moynihan. Cambridge (Mass.), 1975. - P. 1-28.
163. Janowitz M. The study of mass communication. In: International encyclopedia of the social science / M. Janowitz. - Boston, 1989.-V.3.-P.41-47.
164. Katz D., Braly K. Racial stereotypes in one hundred college students / D. Katz, K. Braly // Journal of Abnormal and Social Psychology. - 1993. - № 28. – P. 280-290.
165. Klapper J. The effects of mass communication. Glencoe / J. Klapper. - 1966.-P. 13-17
166. Lazarsfeld P. Radio and the printed page / P. Lazarsfeld. - N.Y., 1968. - P.13-17.
167. Lippman W. Public Opinion / W. Lippman. - N.Y., 1961.-16-90.
168. Lenski G.E. Power and Privilege. A Theory of Social Stratification. N.Y., St. Louis, San Francisco, Toronto, L., Sydney: McGraw-Hill Book Company, 1966.
169. Noelle-Neumann E. The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin. 2-nd ed. / E. Noelle-Neumann. - Chicago, 1993.

170. Shramm W. How communication works. In the process and effects of mass communication / W. Shramm. - Urbana, 1955.-74p.
171. Tarde G. On communication and social in fluency / G. Tarde. - The Univ. of Chicago press, 1969.
172. Touraine A. Production de la societe / A. Touraine. - Paris, 1973.P.360.
173. Wolton D. Penser de la communication / D. Wolton – P., 1997.
174. Алиев К. Кумыкский мир. 2006 / www.kumukia.ru. Дата обращения: 12.06.2013.
175. Номер один, 2010, № 12 «Исследования Л.В. Кальминой о росте религиозности в Республике Бурятия. Дата обращения: 20.08.2013.
176. Программа Юнеско «Информация для всех» на 2010-2011гг. / <http://unesdoc.unesco.org/http://unesdoc.unesco.org>. Дата обращения: 30.05.2013.
177. Словарь терминов - Социальная идентичность. – URL: <http://www.sotsiologiya/socident>. Дата обращения: 15.09.2013.
178. http://www.perepis-2010.ru/results_of_the_census/results-inform.php. Дата обращения: 13.11.2013г.
179. Scotland to hold independence poll in 2014 – Salmond, *BBC* (10 January 2012), Дата обращения: 12.12.2013г.

ПРИЛОЖЕНИЕ

АНКЕТА

Мы просим Вас принять участие в нашем социологическом исследовании по выявлению особенностей воздействия национального телевидения Республики Бурятия (телевидения на бурятском языке) на развитие этнической идентификации бурят. Просим внимательно прочитать вопросы, выбрать варианты ответов, наиболее точно отражающие Вашу точку зрения и обвести кружком соответствующий порядковый номер.

Исследование анонимно. Все Ваши ответы будут использованы только в обобщенном виде, после статистической обработки.

Желаем Вам успехов и благодарим Вас за участие в нашем исследовании!

Результаты анкетного опроса: данные линейного распределения ответов на вопросы анкеты представлены в процентах от числа опрошенных.

1. Блок «Социально-демографические характеристики»:

1 Ваш пол.

	Параметры:	Абсолютное число	%
1.	Мужской	215	47,7
2.	Женский	235	53

2. Скажите, пожалуйста, сколько Вам полных лет?

Возраст:	Мужчины	Женщины	Всего	%
1. 7-17	19	14	33	7,33
2. 18-30	58	67	125	27,8
3. 31-45	74	88	162	36
4. 46-60	35	36	71	15,76
5. 60 и старше	29	30	59	13,11
Общее количество:	215	235	450	100

3. Откуда Вы родом?

	Параметры:	Абсолютное число	%
1.	из города	139	30,9
2.	из села	230	51,1
3.	из поселка городского типа	81	18
	Общее количество:	450	100

4. Какое у Вас образование?

	Параметры:	Абсолютное число	%
1.	Высшее	132	29,34
2.	Средне-специальное	174	38,66
3.	Среднее	144	32
	Общее количество:	450	100

5. Какое у Вас социальное происхождение?

	Параметры:	Абсолютное число	%
1.	Из интеллигенции	74	16,44
2.	Из служащих	98	21,8
3.	Из рабочих	184	40,89
4.	Из крестьян	69	15,33
5.	Из военнослужащих	25	5,54
	Общее количество:	450	100

2. Блок «Частотность просмотра и оценка программ»:

6. Ответьте, пожалуйста, у Вас есть телевизор? (Один ответ)

	Параметры:	Абсолютное число	%
1.	Да	432	96
2.	Нет	18	4
	Общее количество:	450	100

7. Ответьте, пожалуйста, у Вас есть кабельное или спутниковое телевидение? (Один ответ)

	Параметры:	Абсолютное число	%
1.	Да	328	73
2.	Нет	122	27
	Общее количество:	450	100

8. Держите ли Вы дома газету с телепрограммой на неделю или она вам не нужна? (Один ответ)

	Параметры:	Абсолютное число	%
1.	Да, регулярно обращаюсь	351	78,35
2.	Да, но пользуюсь программой изредка	72	16,06
3.	Нет, не пользуюсь	27	6
	Общее количество:	450	100

9. Сколько времени Вы уделяете просмотру телевизора в будничные и в выходные дни?

Параметры	Менее получаса в день		От 30 минут – до 1 часа в день		2-3 часа в день		3-4 часа в день		4-5 часов в день	
	Будн. дни	Вых. дни	Будн. дни	Вых. дни	Будн. дни	Вых. дни	Будн. дни	Вых. дни	Будн. дни	Вых. дни
1 Смотрю	17%	3%	24%	15%	32%	19%	23%	47%	4%	16%
2 Не смотрю вообще	0 %									
3 Затрудняюсь ответить	0%									

10. В какое время Вы предпочитаете смотреть телевизор?

Параметры		с 6 до 9 утра		С 9 до 11 утра		С 12 до 18		С 19 до 21		С 21 до 23		после 24 часов	
1	Смотрю	М.	Ж.	М.	Ж.	М.	Ж.	М.	Ж.	М.	Ж.	М.	Ж.
		11%	12%	5%	6%	24%	32%	33%	34%	12%	13%	15%	3%
2	Не смотрю вообще	0 %											
3	Затрудняюсь ответить	0%											

11. Смотрите ли Вы или не смотрите местные региональные телеканалы? Если смотрите, то, как часто?

(Один ответ)

Параметры		Менее получаса в день	От 30 минут – до 1 часа в день	2-3 часа в день	3-4 раза в неделю	1 – 2 раза в неделю
1	Смотрю	13%	27%	46%	11%	3%
2	Не смотрю вообще	0 %				
3	Затрудняюсь ответить	0%				

12. Смотрите ли Вы или не смотрите национальное телевидение (программы на бурятском языке)? Если смотрите, то, как часто?

(Один ответ)

Параметры		Менее получаса в день	От 30 минут – до 1 часа в день	2-3 часа в день	3-4 раза в неделю	1 – 2 раза в неделю
1	Смотрю	23%	14%	4%	39%	11%
2	Не смотрю вообще	17 %				
3	Затрудняюсь ответить	0%				

13. Какие из телеканалов центрального телевидения Вы смотрите больше и чаще других?

(можете указать не более трех телеканалов)

Рейтинговые значения:	Количество ответов:	% к количеству ответивших:	Тексты ответов:
1	284	67,48%	Россия 1
2	266	61,86%	ТНТ
3	156	36,27%	1 канал
4	104	24,35%	РЕН
5	50	11,62%	«Культура»
6	47	10,93%	«НТВ»
7	40	9,30%	«СТС»
8	16	3,72%	Телеканалы на кабельном, спутниковом ТВ
9	12	2,79%	5 канал Петербург
10	26	6,04%	Другой вариант

14. Какие из телеканалов регионального телевидения Вы смотрите больше и чаще других?

(можете указать не более трех телеканалов)

Рейтинговые значения:	Количество ответов:	% к количеству ответивших:	Тексты ответов:
1	273	60,66%	«Тивиком»
2	262	58,22%	«Ариг ус»
	209	46,44%	ГТРК «Бурятия»
	181	40,22%	ГТРК «Бурятия» на бурятском языке
3	176	39,11%	Кабельный телеканал «Мир-Бурятия»
4	139	30,88%	«СТС-Байкал»
5	13	2,88%	Не смотрю вообще
6	11	2,44%	Другой вариант
7	0	0%	Затрудняюсь ответить

15. Какие телевизионные программы Вы предпочитаете?

	Параметры	%
1	Новостные	37,7%
2	музыкальные	24,6%
3	спортивные	11,9%
4	игровые	9,4%
5	сериалы	15,1%
6	Художественные фильмы	28,5%
7	Исторические программы	16,9%
8	Программы о путешествиях	5,9%
9	Научно-популярные программы	12,7%
10	Программы о культуре и искусстве	28,6%
11	Детские программы	13,9%
12	мультфильмы	7,4%

13	Другой вариант	2,1%
----	----------------	------

16. Оцените, пожалуйста, новостные информационные программы разных телеканалов в плане Вашего личного предпочтения. Если бы они шли в одно время, какую программу Вы бы смотрели? (Один ответ)

Рейтинговые значения:	Количество ответов:	% к количеству ответивших:	Тексты ответов:
1	115	26,74%	Вести 1, Вести 24
2	81	18,83%	«Новости дня» ТК «Тивиком»
3	77	17,90%	Восточный экспресс» ТК «Ариг Ус»
4	58	13,48%	«Новости на 1 канале»
5	18	4,18%	«Вести Бурятия», «Вести Бурятия на бурятском языке»
6	15	3,48%	«Новости 24» на ТК «Рен»
7	14	3,25%	«Новости» ТК «Культура»
8	11	2,55%	«Сегодня» на НТВ
9	22	5,11%	Другой вариант

17. На каком из местных телеканалов лично Вы смотрите программы на бурятском языке? (можете выбрать несколько ответов)

Рейтинговые значения:	Количество ответов:	% к количеству ответивших:	Тексты ответов:
1	356	79,11%	ГТРК «Бурятия»
2	306	68%	«Ариг ус»
3	185	41,3%	Кабельный телеканал «Мир-Бурятия»
4	72	16%	«Тивиком»
5	78	17,5%	Не смотрю вообще
6	53	11,7%	Другой вариант
7	0	0%	Затрудняюсь ответить

18. Можете ли Вы охарактеризовать одним или несколькими словами программы на бурятском языке следующих телеканалов: (например, интересные, правдивые, увлекательные, стандартные, нейтральные, разнообразные ...)

	Телеканалы	Оценочные суждения	Частота упоминания
1	«Тивиком»	стандартный	35%
		понятный	17%
2	Ариг ус»	интересный,	28%

		правдивый	39%
3	ГТРК «Бурятия»	насыщенный, разнообразный»	47%
4	МИР-Бурятия	стандартный, нейтральный	19%
			12%

19. Какие телепередачи местных телеканалов на бурятском языке Вы чаще всего смотрите? Укажите, пожалуйста, если знаете и названия передач?

(можете выбрать несколько ответов)

	Параметры:	%
1	Новостные	32,7%
2	Художественно-публицистические	30,6%
3	музыкальные	10,9%
4	спортивные	8,4%
5	Ток-шоу	6,1%
6	Детские программы	4,5%
7	мультфильмы	3,9%
8	Другой вариант	2,9%

20. Какие проблемы в программах местных телеканалов на бурятском языке Вас больше всего интересуют?

(можете выбрать несколько ответов)

	Параметры:	%
1	Политика	51
2	экономика	37
3	Социальная проблематика	69
4	Образование	38
5	Проблемы бурятского языка	54
6	культура	53
7	спорт	27
8	история	31
9	отдых	25
10	Быт и традиции	39
11	Другой вариант	8

21. Как Вы оцениваете профессиональный уровень национального телевидения на современном этапе?

	Параметры:	Абсолютное число	%
1	низкий	73	16,22%
2	Ниже среднего	84	18,66%
3	средний	132	29,33%
4	Чуть выше среднего	121	26,88%
5	высокий	37	8,22%
6	Затрудняюсь ответить	3	0,66%

22. Что нужно предпринять телеканалам, имеющим формат национального телевидения, для поднятия профессионального уровня? (просим ответить, если в вопросе № 21 выбраны варианты 1,2,3,4)

	Параметры:	%
1	Повысить профессиональный уровень журналистов	58
2	Разнообразить тематику программ	39
3	Увеличить количество передач на бурятском языке	73
4	Улучшить качество содержания программ	45
5	Ввести цензуру	12
6	Следить за тем, чтобы ведущие были с высоким уровнем интеллекта	21
7	Язык изложения должен быть более понятным	36
8	Должно быть больше свободы для самовыражения бурят	53
9	Побольше съемок и репортажей с отдаленных районов республики	49
10	Ничего не надо менять	2,9
11	Другое	0,77
12	Затрудняюсь ответить	0,35

23. Как Вы относитесь к рекламе на телевидении?

	Параметры:	%
1	Положительно	17
2	Скорее положительно, чем отрицательно	32
3	Скорее отрицательно, чем положительно	24
4	Отрицательно	27
5	Другое	0
6	Затрудняюсь ответить	0

24. Если бы на региональных телеканалах присутствовала реклама на бурятском языке, как Вы к ней отнеслись бы?

	Параметры:	%
1	Положительно	38
2	Скорее положительно, чем отрицательно	49
3	Скорее отрицательно, чем положительно	7
4	Отрицательно	6
5	Другое	0
6	Затрудняюсь ответить	0

25. Что Вам нравится (не нравится) в национальных программах на сегодняшний день?

	Параметры:	%
1	Патриотизм	33
2	Слушать родную речь	57
3	Смотреть на людей, принадлежащих моей национальности	69
4	Простота изложения и близость	48
5	Показ интересных сюжетов о традициях, быте, культуре бурят	73
6	Рассмотрение проблем о моем народе, касающиеся и меня	62
7	Недостоверность материала	13
8	Примитивность материала	35
9	Другое	12

10	Затрудняюсь ответить	6
----	----------------------	---

3. Блок «Влияние национального телевидения на межэтнические отношения»

26. Влияет ли национальное телевидение на межнациональные отношения в Республике Бурятия?

	Параметры:	%
1	Оказывает большое влияние	53,7
2	Оказывает, но незначительное	30,5
3	Вообще не оказывает	7,8
4	Затрудняюсь ответить	8,1

27. Поясните, пожалуйста, каким образом происходит это влияние? (при выборе ответов 1,2 в вопросе № 26)

	Параметры:	%
1	Национальное телевидение способствует межнациональной розни	3
2	Формирует отрицательное отношение к другим национальностям, приезжим в республику	16
3	Сближает людей разных национальностей, транслируя интересные материалы	68
4	Национальное телевидение прививает чувство уважения к другим национальностям	59
5	В программах на бурятском языке пропагандируются различные фашистские лозунги	0,4
6	Другое	13,8
7	Затрудняюсь ответить	19

28. Как бы Вы охарактеризовали влияние национального телевидения на политическую ситуацию в Республике Бурятия? (можете выбрать несколько ответов)

	Параметры:	%
1	Национальное телевидение позволяет ориентироваться в политической ситуации в регионе	34
3	Выступления, интервью политических лидеров позволяют мне корректировать политические взгляды	16
4	За счет национального телевидения я могу принимать участие в политике региона	13
5	Национальное телевидение не рассматривает острые политические вопросы	57
6	Другое	19
7	Затрудняюсь ответить	6,8

29. Влияет ли национальное телевидение на социальную ситуацию в Республике Бурятия?

	Параметры:	%
1	Национальное телевидение старается освещать разные социальные проблемы, но не дает способов их решения	69

2	Национальное телевидение разрешает различные социальные проблемы, помогая аудитории ориентироваться в социальных ситуациях	38
3	Другое	11
4	Затрудняюсь ответить	15,8

30. Как бы Вы охарактеризовали влияние национального телевидения на культурно-ценностную ситуацию в республике? (можете выбрать несколько ответов).

	Параметры:	%
1	Программы на бурятском языке настраивают на ценности общества, на постижение бурятской культуры	92,1%
2	Программы на бурятском языке знакомят с культурой бурят, расширяют кругозор	73,1%
3	Национальное телевидение влияет на нравственные ценности и пропагандирует нравственность во взаимоотношениях	58,2%
4	Программы на бурятском языке осуществляют отрыв от настоящих культурных ценностей бурят	13,1%
5	Национальное телевидение способствует культурно-ценностной деградации бурят	11,5%
6	Другой вариант	8,2%
7	Затрудняюсь ответить	16,7%

31. Какой у Вас профессиональный национальный круг общения?

	Параметры	%
1	Преимущественно буряты	48
2	бурят примерно половина	41,5
3	преимущественно не буряты	10,5
	Всего	100

32. Какой национальный состав Ваших соседей?

	Параметры	%
1	Да, есть соседи иной национальности	88,2
2	Нет соседей иной национальности	11,8
3	Не знаю своих соседей	0
		100

4. Блок «Влияние национального телевидения на внутриэтнические отношения».

33. Как Вы думаете, достаточно ли Средств массовой информации (газеты, журналы, телевизионные программы) на бурятском языке?

	Параметры	%
1	Да, достаточно	18,8
2	Нет, не хватает, хотелось бы больше	79,2
3	Затрудняюсь ответить	2
		100

34. Какие факторы объединения бурятского народа Вы могли бы назвать?

	Параметры	%
1	происхождение и история	22
2	внешность	10,3
3	традиционная материальная культура (национальная кухня, одежда и т.д.)	7,8
4	свойства национального характера, особенности поведения	12,7
5	родственные связи	7,7
6	религия	12
7	язык	13,6
8	родная земля, природа, территория	13,9
	Итого	100

35. Как Вы думаете, способствуют ли программы на бурятском языке сплочению бурятского народа?

	Параметры	%
1	Да, способствуют, поскольку только за счет телевидения на родном языке мы можем объединиться	31,9
2	Да, способствуют, так как транслирует разные программы, сплачивающие бурятский народ	52,3
3	Да, при просмотре программ на бурятском языке я ощущаю принадлежность к своему народу	10,4
4	Нет, не способствует, поскольку низкий рейтинг национальных программ не позволяет пропагандировать идею единения народа	3,8
5	Другое	1,6
6	Затрудняюсь ответить	0
	Итого	100

36. Заслуживает ли доверия информация, транслируемая в национальных программах?

	Параметры	%
1	Вполне заслуживает	87,5
2	Не вполне заслуживает	10,3
3	Совсем не заслуживает	1,3
4	Затрудняюсь ответить	0,9
	Итого	100

37. Влияет ли национальное телевидение на выбор Ваших жизненных целей, стремлений и социальных ориентиров?

	Параметры	%
1	Да, влияет	43,5
2	Частично влияет	41,2
3	Никак не влияет	13,4
4	Затрудняюсь ответить	1,9
	Итого	100

38. Каким образом влияет национальное телевидение на выбор Ваших жизненных целей, стремлений и социальных ориентиров? (при выборе вариантов 1,2 в вопросе № 37)

	Параметры	%
1	Национальное телевидение внушает мне, что для человека важна самореализация	47,9

2	Учит созданию крепкого семейного очага	59,6
3	Демонстрирует образ национальных героев, настраивая меня на служение своему народу и общему благу	38,4
4	Внушает стремление к большим доходам, к высокому социальному статусу	19,2
5	Другой вариант	11,7
6	Затрудняюсь ответить	16,1

39. Каким образом влияет национальное телевидение на чувство национального самосознания у молодого поколения?

	Параметры	%
1	Положительно	83,2
2	Отрицательно	1,7
3	Никак не влияет	13,4
4	Затрудняюсь ответить	1,7
	Итого	100

40. Способствует ли национальное телевидение повышению уровня Вашего кругозора?

	Параметры	%
1	Да, способствует	76,9
2	На незначительном уровне	17,8
3	Нет, не способствует	2,7
4	Ограничивает кругозор	0
5	Затрудняюсь ответить	2,6
	Итого	100

41. Формированию каких качеств у телезрителя способствует содержание национальных программ? (можете выбрать несколько вариантов)

	Параметры	%
1	Любовь к родному краю	53,4
2	Гражданственность	39,4
3	Гуманность	84,5
4	Уважение к старшему поколению	73,2
5	Уважение к другим национальностям	69,2
6	Честность	38,5
7	Справедливость	16,2
8	Цинизм	0,8
9	Жестокость	0,2
10	беспринципность	0,1
11	Другое	0,7
12	Затрудняюсь ответить	1,6

42. Назовите ведущих программ на бурятском языке, которых Вы знаете, к которым прислушиваетесь, смотрите часто их авторские программы?

Ведущие, которых назвали респонденты:	Программы и телекомпании с форматом национального телевидения	% от общего:
Баир	«Буряад орон» - ГТРК Бурятия»	26,5%

Дамбаринчинов, Дарима Жамсоева		
Гунсыма Тудупова	«Байгал», «Тайзан» - ГТРК Бурятия»	24,7%
Даши-Доржо Болотов	«Мунгэн сэргэ» - ТК «Ариг Ус»	17,3%
Светлана Жигжитова	«Сагай сурьян» ГТРК Бурятия»	11,9%
Баярма Раднаева	«Толи» - ГТРК Бурятия»	10,3%
Чингис Раднаев	«Хусэл» - ТК «Тивиком»	6,2%
Батор Ламбаев	«Уулзалга» - ТК «Тивиком»	2,1%
Другой вариант	Другие программы	1%

43. Назовите, пожалуйста, несколько национальных программ, в которых Вы узнали больше о жизни и деятельности Ваших любимых артистов, актеров, художников, композиторов?

	Программы, которые назвали респонденты	Бурятские актеры, художники и композиторы
1	«Буряад орон»	Солбон Лыгденов, Валерий Инкижинов, Ольга Жигмитова
2	«Мунгэн сэргэ»	Эрдэни Жалцанов, Даши Намдаков, Зоригто Доржиев
3	«Гуламта»	Елена Шараева, Ким Базарсадаев, Бау Ямпиллов

44. О каких бурятских народных обрядах, обычаях, праздниках Вы узнаете из национальных программ?

	Народные обряды, обычаи, праздники	% по частоте упоминания от общего
1	Сагаалган	63,5
2	Сурхарбан	23,8
3	Свадебные обряды	7,3
4	Ёохор наадан,	2,7
5	Шагай наадан	2,7
	Итого	100

45. Соблюдаете ли Вы, узнав из национальных программ некоторые особенности обрядов, обычаев, праздников?

	Параметры	%
1	Да, соблюдаю	33,5
2	Частично соблюдаю	41,2
3	Никак не соблюдаю	13,4
4	Затрудняюсь ответить	11,9
	Итого	100

5. Блок «Развитие этнической идентичности»:

46. Кто Вы по национальности? Кем Вы ощущаете себя в первую очередь?

	Параметры	%
--	-----------	---

1.	бурят	100
2.	русский	-
3	буддист	-
4	россиянин	-
5	гражданин мира	-
6	не задумываюсь над этим	-
7	другая национальность	-
		100

47. Какой религии Вы придерживаетесь?

	Религии	%
1	православие	-
2	буддизм	93,6
3	шаманизм	6,4
4	иной	-
	Итого	100

48. Какой язык Вы считаете своим родным языком?

	Языки	%
1	бурятский	91,7
2	русский	8,3
3	другой язык	-
		100

49. Передает ли национальное телевидение Вам ощущение принадлежности к одному народу?

	Параметры	%
1	Да	87,5
2	Частично	6,9
3	Никак не передает	1,9
4	Затрудняюсь ответить	0,7

50. Каким образом национальное телевидение передает Вам эти ощущения? (при выборе вариантов 1, 2 в вопросе № 49)

	Параметры	%
1	когда слышу в программах песни о Родине, о моем народе на родном языке	32
2	когда слышу о выдающихся достижениях людей моей национальности	23,6
3	когда смотрю острые социальные программы, например, люди моей национальности не получают желаемой работы, несмотря на их способности и деловые качества	13
4	Когда показывают народные праздники	28
5	когда обсуждают в эфире историческое прошлое моего народа	16,4
6	когда показывают дацаны, святые места	17
7	иное	0