ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ НИЖЕГОРОДСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО»

На правах рукописи

ИВАНОВА Елена Олеговна

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ДИСКУРС В РУССКОЯЗЫЧНЫХ СМИ ГЕРМАНИИ: ТЕМАТИЧЕСКИЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

10.01.10 – журналистика (филологические науки)

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор политических наук,
профессор О.Н. Савинова

Нижний Новгород – 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 4

ГЛАВА 1. РОЛЬ СМИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ И НОВЫЕ РЕАЛИИ 14

1.1. Методологические основы и терминологический аппарат диссертационного исследования 14

1.2. Развитие интереса к этнической журналистике и этнокультурным СМИ в России и за рубежом 20

1.3. Динамика теоретического осмысления подходов к изучению роли СМИ в межкультурной коммуникации 26

1.4. Этнокультурные СМИ: специфика осуществления межкультурной коммуникации в многонациональном обществе 46

Выводы по первой главе 54

ГЛАВА 2. РУССКОЯЗЫЧНЫЕ СМИ В СОВРЕМЕННОЙ ГЕРМАНИИ .. 58

2.1. Особенности этнокультурной ситуации в современной Германии ... 58

2.2. Русскоговорящие в этнокультурном пространстве современной Германии 64

2.3. Типологические характеристики современной русскоязычной прессы Германии 74

Выводы по второй главе 86

ГЛАВА 3. ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ДИСКУРС В РУССКОЯЗЫЧНЫХ СМИ ГЕРМАНИИ: КОНТЕНТ-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ 88

3.1. Этнокультурный дискурс на страницах издания «Русская Германия» 90

3.2. Этнокультурный дискурс на страницах издания «Московский Комсомолец-Соотечественник» 99

3.3. Этнокультурный дискурс на страницах издания «Партнер» 109

3.4. Этнокультурный дискурс на страницах издания «Новые земляки» 118

Выводы по третьей главе 125
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 130
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 134
ПРИЛОЖЕНИЯ..... 160

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. В настоящее время вопросы межнационального, межкультурного взаимодействия являются ключевыми практически для всех стран мира. Два взаимосвязанных процесса – глобализация и рост национального самосознания – заметно расширили возможности СМИ в поддержании межэтнического диалога, усилили их роль в сохранении и развитии национальных культур и языков.

Во всем мире растет интерес к этнической тематике в медиа. Принимаются законы и разрабатываются этические кодексы, регулирующие вопросы освещения тематики межэтнического взаимодействия в СМИ. СМИ являются важным социально-политическим актором этнокультурного взаимодействия в обществе, и в сложных условиях нестабильности межнациональных, межкультурных отношений исследования современного этнокультурного дискурса в СМИ приобретают особое значение.

Кроме этого, во всем мире растет интерес к этнокультурным СМИ – национальным, иммигрантским, диаспоральным. Их аудитории привлекают внимание политиков, предпринимателей, видящих в них важные политические силы и перспективных потребителей товаров и услуг, доступ к которым наиболее эффективно можно получить через этнокультурные СМИ.

В настоящее время изучение средств массовой информации этнических меньшинств привлекает внимание исследователей, работающих в самых разных областях науки – историков, этнологов, социологов, политологов, лингвистов, а также традиционно входит в предметное пространство современных исследований журналистики, при этом одним из перспективных направлений медиаисследований является изучение русскоязычных СМИ, выходящих за рубежом.

Массовые эмиграционные потоки из Советского Союза и впоследствии из России и стран бывшего СССР послужили причиной возникновения русскоязычных сообществ на территории различных государств по всему миру.

Правительство Российской Федерации считает выстраивание отношений с соотечественниками, проживающими за рубежом, важным направлением национальной политики государства. Согласно Федеральному закону «О государственной политике Российской Федерации в отношении соотечественников за рубежом» от 24.05.1999 г. соотечественниками считаются «граждане Российской Федерации, постоянно проживающие за пределами территории Российской Федерации, лица и их потомки, проживающие за пределами территории Российской Федерации и относящиеся, как правило, к народам, исторически проживающим на территории Российской Федерации, а также сделавшие свободный выбор в пользу духовной, культурной и правовой связи с Российской Федерацией; лица, чьи родственники по прямой восходящей линии ранее проживали на территории Российской Федерации, в том числе лица, состоявшие в гражданстве СССР, проживающие в государствах, входивших в состав СССР, получившие гражданство этих государств или ставшие лицами без гражданства; выходцы (эмигранты) из Российского государства, Российской республики, РСФСР, СССР и Российской Федерации, имевшие соответствующую гражданскую принадлежность и ставшие гражданами иностранного государства или лицами без гражданства».

Большое внимание уделяется поддержанию связей с различными группами русскоговорящих по всему миру, сохранению русского языка и литературы за рубежом, а также поддержке иностранной русскоязычной прессы.

Самое большое количество русскоязычных в Европе проживает в Германии. В 2015 году в этой стране произошли события, существенно повлиявшие на состояние межнациональных, межкультурных отношений. Сложная международная обстановка, стремительная активизация миграционных процессов повлекли за собой миграционный кризис, существенно изменивший этнокультурную ситуацию в Германии. В настоящее время в обществе фиксируется рост социальной и межэтнической напряженности, отмечаются проявления ксенофобии и национализма, растет

популярность ультраправых партий, что стало одной из основных тем обсуждения в средствах массовой информации, в том числе в русскоязычных СМИ Германии. Все это позволяет обратиться к исследованию тематических и коммуникативных характеристик этнокультурного дискурса в русскоязычных СМИ Германии как к актуальной и востребованной теме в современной науке.

Степень разработанности темы. Анализ литературы по теме исследования показал, что в современных научных и научно-прикладных исследованиях существуют различные подходы к изучению заявленной темы исследования. Научные разработки и труды можно разделить на несколько основных групп.

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

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

Третью группу составляют работы исследователей функционирования этнокультурных СМИ, среди которых В.З. Гарифуллин (2013), А.А. Гладкова (2016), Р.П. Овсепян (1999; 2011), Е.Ю. Протасова (2003), Н. Элиас (2006),

S.J. Ball-Rokeach (2011), M. Deuze (2006), V.S. Katz (2011), M.D. Matsaganis (2011), T. Ojo (2006), H. Viimaranta (2018).

Четвертую группу составляют исследования авторов, изучающих специфику русскоговорящих мигрантов в Германии, среди которых работы В.А. Базанова (2013), А.Н. Барковского (2011), С.Е. Вершинина (2011), Т.Н. Войлоковой (2011; 2013), К.А. Гаврилова (2008), В.Д. Попкова (2011), М.С. Савоскул (2006; 2010; 2016), Н.Ю. Федорова (1999), B. Dietz (1999; 2000).

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

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

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

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

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

Таким образом, состояние русскоязычной прессы Германии интересует исследователей, работающих в самых разных научных областях – культурологов, политологов, историков, лингвистов, социологов, изучающих различные аспекты ее функционирования. Предметом их исследований в разное время становились история развития русскоязычной прессы Германии,

ее типологические характеристики, функциональное своеобразие, языковая специфика, лексические и графические особенности, влияние на процесс интеграции, однако тема участия русскоязычных СМИ Германии в межкультурной коммуникации в них затрагивается лишь косвенно. В новейшей истории Германии и новых этнокультурных условиях исследований этой темы еще не проводилось.

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

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

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

Задачи исследования:

1. Рассмотреть подходы отечественных и зарубежных исследователей к определению роли СМИ в межкультурной коммуникации;
2. Выявить специфику этнокультурных СМИ в осуществлении межкультурной коммуникации;

3. Для понимания процессов, происходящих в этнокультурном дискурсе русскоязычных СМИ, проанализировать этнокультурную ситуацию в современной Германии и место русскоговорящих в германском обществе;

4. Дать типологическую характеристику современного русскоязычного сегмента СМИ Германии;

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

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

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

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

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

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

Методология и методы диссертационного исследования. Методологической базой исследования послужили фундаментальные труды,

посвященные типологии и изучению функций современных СМИ, проблемам этнокультурной политики государства, теории дискурсивного анализа медиатекстов, проблемам «языка вражды» в СМИ.

В исследовании применены общенаучные методы, представленные приемами классификации, интерпретации и обобщения; логический и исторический методы; метод анализа научной литературы; типологический анализ; контент-анализ публикаций СМИ, дискурс-анализ медийных текстов.

Филологический аспект работы проявляется в изучении публикаций четырех русскоязычных газет Германии, анализе их содержания, жанровых и стилистических особенностей.

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

Положения, выносимые на защиту:

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

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

3. Отличные по своим целям и задачам, целевым аудиториям, редакционной политике русскоязычные СМИ Германии демонстрируют

схожие стратегии конструирования инаковости, которые реализуются в публикациях о миграционном кризисе;

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

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

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

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

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

Апробация результатов исследования. Материал диссертации апробирован на 8 конференциях, среди которых Всероссийский молодежный научный форум «Наука будущего – наука молодых» (Казань, 2016); III Международная молодежная научно-практическая конференция «Гармонизация межнациональных отношений в условиях глобального общества» (Нижний Новгород, 2017); Научная конференция кафедры журналистики «Журналистика

в системе альтернативных источников информации» (Нижний Новгород, 2017); Международная конференция «Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия» (Москва, 2018); Международная научно-практическая конференция кафедры журналистики «Журналистика как важный фактор международного сотрудничества: векторы развития» (Нижний Новгород, 2018); Всероссийская научно-практическая конференция аспирантов и студентов «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы» (Воронеж, 2018); Международная конференция «Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия» (Москва, 2019); XVII Конгресс народов России по теме «Государственная национальная политика Российской Федерации: традиции, инновационные подходы и новые вызовы» (Нижний Новгород, 2019).

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

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

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

В **первой главе «Роль СМИ в межкультурной коммуникации: концептуальные подходы и новые реалии»** изучаются предпосылки появления и дальнейшее устойчивое развитие интереса к этнической журналистике, этнокультурным СМИ и тематике межкультурного взаимодействия в России и за рубежом, рассматриваются подходы

отечественных и зарубежных исследователей к пониманию роли СМИ в межкультурной коммуникации, выявляется специфика реализации межкультурной коммуникации этнокультурными СМИ, обсуждается амбивалентность их функционирования в мультикультурном обществе, рассматриваются различные проявления интеграционной роли этнокультурных СМИ, формулируется общая концепция роли СМИ в межкультурной коммуникации.

Во **второй главе «Русскоязычные СМИ в современной Германии»** для понимания контекста, в котором существует этнокультурный дискурс, мы обращаемся к анализу этнокультурной ситуации, сложившейся в современной мультикультурной Германии. Кроме этого, дается описание русскоговорящего сообщества Германии как многонациональной гетерогенной группы и приводятся основные типологические характеристики современных русскоязычных СМИ Германии.

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

В **Выводах** и **Заключении** обобщаются результаты, подводятся итоги проведенного исследования, даются рекомендации и намечаются перспективы дальнейшего исследования.

Глава первая

РОЛЬ СМИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ И НОВЫЕ РЕАЛИИ

1.1. Методологические основы и терминологический аппарат диссертационного исследования

В качестве методологической основы анализа мы выдвигаем идеи межкультурного диалога в современном полиэтническом обществе, в развитии которого важную роль призваны сыграть средства массовой информации. Вопросы предупреждения конфликтов, гармонизации межэтнических отношений, развития межнационального сотрудничества, оказания помощи соотечественникам по всему миру, популяризации русского языка и литературы за рубежом – одни из ключевых задач государства в сфере национальной политики. Теоретическая концепция диалога опирается на богатый исторический опыт России и развитую систему научных знаний, вместе с тем вновь возникающие проблемы реального состояния и перспектив развития национальных отношений в стране и мире актуализируют рассмотрение вопросов о поиске эффективных коммуникативных стратегий в СМИ как важного фактора межкультурной коммуникации в современном многополярном мире.

Обозначим основные понятия, используемые в исследовании: «медиатекст», «дискурс СМИ», «этнокультурный дискурс», «этническая журналистика», «этнокультурные СМИ», «роль СМИ», «межкультурная коммуникация», «межкультурный диалог», «этническая толерантность», «свой – другой – чужой».

Медиатекст – «материализованный информационный ресурс, представляющий собой интеллектуальные ресурсы из различных сфер социальной деятельности – знаниевые, аксиологические и поведенческие, которыми располагает общество в момент своей жизнедеятельности» (Шкондин, Скибина, 2018: 13). Под термином «медиатекст» понимаются такие

«разноплановые и многоуровневые понятия, как газетная статья, радиопередача, телевизионные новости, интернет-реклама и прочие виды продукции средств массовой информации» (Добросклонская, 2005: 28).

Дискурс в СМИ – «связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов» (Желтухина, 2016: 293).

Говоря об этнокультурном дискурсе, мы подразумеваем, что этничность пронизывает все сферы жизни – от глобальной политики до мелких бытовых деталей, поэтому к этнокультурному дискурсу мы относим все публикации, так или иначе освещающие политику в сфере регулирования межнациональных, межкультурных отношений; этнокультурное многообразие общества; общественную и культурную активность разных этносов; отношения между этносами, этническими группами, этнокультурными общностями, их взаимодействие с принимающим сообществом и его институтами, а также между собой на основе оппозиции «толерантность – конфликтность», включая случаи этнической, культурной, религиозной дискриминации, проявления русофобии, антисемитизма, национал-экстремизма; миграционную активность представителей различных национальностей, народов, этнических общностей; межэтнические конфликты; просветительскую информацию о разных странах, а также о жизни, традициях, обычаях, праздниках разных этносов, этнических групп, национальных, культурных, религиозных меньшинств; действия представителей различных этносов и этнических групп в контексте соблюдения законов и правонарушений; публикации, транслирующие национальные стереотипы, содержащие оценочные суждения, сравнения, метафоры о той или иной национальности, народности, национальном, культурном, религиозном меньшинстве; разнообразную информацию,

направленную на усиление интеграционных, ассимиляционных процессов в обществе; этнически окрашенные иллюстрации, фотографии, карикатуры.

Под тематическими характеристиками этнокультурного дискурса понимается тематическое разнообразие медийных текстов. Под коммуникативными характеристиками этнокультурного дискурса мы понимаем использование журналистами различных стратегий репрезентации этнокультурных групп в медийном дискурсе.

К этнической журналистике «можно отнести, во-первых, журналистику, обращающуюся к тематике межэтнического взаимодействия, особенностям жизни и культуры других народов; во-вторых, журналистику этнических меньшинств, журналистику этнических диаспор» (Блохин, 2008б: 302).

Понятие «этнокультурные СМИ» является наиболее общим, включающим в себя СМИ, адресованные иммигрантам, национальным, культурным, этническим, языковым меньшинствам, аборигенному населению, коренным народам и зачастую (но не всегда) создаваемые представителями этих групп. В зависимости от общества, подвергаемого анализу, в разных исследованиях такие СМИ называются по-разному, например, «СМИ этнических меньшинств» (англ. «ethnic minority media»), «СМИ сообществ» (англ. «community media»), иммигрантские СМИ, национальные СМИ, СМИ коренных народов, иноязычные СМИ, издания на национальных языках, диаспоральные СМИ, этнически ориентированные СМИ, издания этнических групп, а также объединяются более общим понятием «этнические СМИ» (англ. «ethnic media») (Matsaganis, Katz, Ball-Rokeach, 2011: 13). Однако в отличие от понятия «этнические СМИ» понятие «“этнокультурные СМИ” включает в себя СМИ, аудитория которых не может быть выделена на основе исключительно этнических признаков» (Смолярова, 2014а: URL), например, СМИ, адресованные гетерогенной группе русскоязычных в Германии. Таким образом, мы считаем, что понятие «этнокультурные СМИ» является наиболее полным.

Под ролью СМИ мы вслед за С.Г. Корконосенко понимаем «ряд социальных обязанностей, которые пресса выполняет в соответствии с общественными запросами и ожиданиями» (Корконосенко, 2004: 137).

Межкультурная коммуникация – комплексное понятие, включающее в себя общение между представителями различных национальностей, культур, этнических групп, предполагающее как непосредственные контакты между людьми, так и опосредованные формы коммуникации, в том числе через средства массовой информации. В межкультурной коммуникации «представители разных культурных традиций решают возникающие сложности, связанные с расхождениями в культуре, в процессе взаимного обмена, обогащающего каждую культуру» (Протасова, 2003: 114).

Межкультурный диалог – «открытый, вежливый обмен мнениями между лицами и группами с различным этническим, культурным, языковым, религиозным прошлым и наследием, основанный на взаимном уважении» («Белая книга» по межкультурному диалогу, 2011: 10).

Важным для нашего исследования является понятие толерантности. Концепт толерантности противоречив и предполагает множество подходов к его пониманию. Всесторонний анализ толерантности проводится такими исследователями, как А.Г. Асмолов (1998; 2001), С.Д. Бакулина (2014), Р.Р. Валитова (1996), Т.П. Днепрова (2009), В.И. Золотухин (1999; 2003), Н.М. Лебедева (2011), В.А. Лекторский (1997), Й. Подгорецкий (2004), Г.У. Солдатова (2005). Критический подход, раскрывающий противоречивость толерантности, разрабатывается такими исследователями, как П. Николсон (2001), М.Б. Хомяков (2001; 2011), W. Brown (2006), G. Marcuse (1965), B. Williams (1996).

Этническая толерантность в СМИ «означает невраждебный характер освещения этнических проблем в прессе, позицию журналиста, основанную на стремлении к согласию, к гармоничному сочетанию интересов различных этнических групп в рамках полиэтнического общества, позитивную оценку вклада других этнических групп в развитие этого общества, признание

ценности других этнических культур наряду со своей собственной». «Интолерантная установка предполагает формирование образа “этнического врага”, переоценку собственной культуры и пренебрежительное отношение к другим» (цит. по: Блохин, 2008в: 120, 121-122).

Проблемы толерантности и интолерантности в обществе тесно связаны с понятиями «своего», «другого» и «чужого». «Чужое» может рассматриваться во множестве различных значений, таких как нездешний, далекий, иностранный, странный, необычный, незнакомый, зловещий, несущий угрозу, отклоняющийся от нормы. «Этимологически “чуждость” связана с этничностью, а точнее с иноэтничностью, происходя от заимствованного готского слова, означающего “народ”» (Никогосян, 2010: 236). К «своему» в свою очередь относится то, что соответствует норме – знакомое, привычное.

Деление социального мира на «своих» и «чужих» возникает из элементарных человеческих потребностей (Подгорецкий, 2004: 30). Любая культура начинается с разделения мира на внутреннее (свое) и внешнее (их) пространство. «Свое пространство “культурное”, “безопасное”, “гармонически организованное”, их пространство “враждебное”, “опасное”, “хаотичное”». (Лотман, 1996: 175). Отделение от других является естественным для человека: «по аналогии с тем, как ребенок учится думать о себе, замечая свою отличность от других, так же и национальные культуры приобретают чувство своей национальной идентичности, сравнивая и отделяя себя от других культур» (Hall, 1992: 279). Согласно А. Триандафиллидоу, «история любого народа отмечена присутствием “чужих”, влияющих на формирование его идентичности своим “угрожающим присутствием”» (Triandafyllidou, 1998: 600). Соглашаясь с этим, П. Петерсоо добавляет, что это присутствие не всегда угрожающее. Действительно, национальная идентичность может быть сконструирована только во взаимодействии с другими, но это взаимодействие не всегда должно быть противостоянием (Petersoo, 2005: 18).

С усложнением отношений в обществе в бинарную оппозицию «свое – чужое» вводится категория «другого», где «свое» представляется культурно-

значимым, оцениваемым позитивно, «чужое» противоположно «своему» и оценивается негативно, «другое» интерпретируется как альтернатива «своему» и выражается нейтрально или позитивно. «Дихотомия “свой – другой” формируется на базе сформировавшейся оппозиции “свой – чужой” и свидетельствует о выходе личности на более высокий когнитивный уровень» (Гришаева, Цурикова, 2007: 12). Терпимость присуща лишь отношению «свой – другой», тогда как отношение «свой – чужой», «будучи проявлением альтернативного, такими свойствами не обладает» (Асеева, 2003: 15). «“Чужой” в отличие от “другого” иррационален, немыслим». Во время встречи «“чужой” всегда воспринимается как “навязывающий” себя и свои ценности, стремящийся к насилию» (Феррони, 2012: 122, 125).

«“Другой” может быть двух типов: “отчужденный свой” и “безопасный чужой”. “Отчужденный свой” – это тот, кто когда-то был своим, но по какой-то причине больше таковым не является. Одновременно этот «отчужденный свой» может считаться “другим” только пока он безопасен. Как только он начнет создавать угрозу, тут же станет “чужим”» (Никогосян, 2010: 234-235). В условиях появления реальной возможности борьбы или войны, «чужой» сближается с «врагом».

Мы убеждены, что медийный дискурс, освещающий вопросы межнационального, межкультурного взаимодействия, должен быть построен на принципах толерантности. Воспитание, поддержание толерантности особенно важно в многонациональных, поликонфессиональных, мультикультурных обществах, однако в силу различных причин контакты между различными группами многонационального общества могут быть ограничены и даже невозможны, именно поэтому в мультикультурных обществах многократно возрастает роль СМИ в поддержании толерантности, выстраивании отношений между различными этнокультурными группами.

1.1. Развитие интереса к этнической журналистике и этнокультурным СМИ в России и за рубежом

В общественной жизни России существенное усиление этнической доминанты произошло в 90-е годы XX века. Это связано с периодом так называемого «национального ренессанса» – самоопределения этносов, когда «единая советская идентичность была заменена различными, часто конкурирующими формами региональной, этнической и религиозной идентичности» (Федеральная целевая программа «Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие народов России (2014-2020 годы)»). Новые процессы, происходившие в то время в обществе и стремительно менявшие его, способствовали существенному увеличению этнической информации в СМИ и становлению этнической журналистики. «В переходный период, когда коренные перемены коснулись всей общественно-политической и экономической жизни, подверглись переоценке формы взаимодействия прессы и общества» (Овсепян, 1999: 303). В тот период как никогда раньше актуализировались исследования проблем межкультурной коммуникации, поддержания атмосферы толерантности в обществе.

Сложность межнациональным отношениям придавала их «политизация, использование национального фактора как инструмента в борьбе старых и вновь формирующихся элит за власть и ресурсы» (Зорин, 2003: 122). Это сопровождалось ростом социальной напряженности и деструктивных процессов в обществе, обострением межэтнических, межконфессиональных конфликтов, всплеском ксенофобии, ростом сепаратизма, национального экстремизма.

Стало очевидным, что поддержание межнационального согласия, содействие диалогу, пропаганда уважительных отношений между представителями различных этнических общностей должны стать приоритетами в государственной политике. Особенно важной была задача создания прочной правовой базы цивилизованной формы этнокультурной жизни общества (Зорин, 2003: 148).

Для решения проблем, назревших в национальной сфере, в 1996 году была утверждена Концепция государственной национальной политики Российской Федерации, в том же году учрежден Центр содействия межнациональному образованию «Этносфера» – «автономная некоммерческая организация, реализующая программы и проекты в сфере межкультурного взаимодействия и поликультурного образования, гуманитарного международного и межрегионального сотрудничества» (Сайт центра «Этносфера»: URL). В 2001 году принята Федеральная целевая программа «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе на 2001–2005 годы». В 2003 году открыт «Московский дом национальностей» – «государственное учреждение при Комитете межрегиональных связей и национальной политики города Москвы, созданное как центр этнокультурного развития москвичей различных национальностей, создающий условия для удовлетворения национально-культурных и национально-образовательных запросов, полноправного общественного и культурного развития всех народов» (Сайт учреждения «Московский дом национальностей»: URL).

В настоящее время основополагающим документом российской национальной политики является «Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года». Принятию Стратегии способствовала давно назревшая необходимость совершенствования законодательства в сфере национальной и миграционной политики; разработки механизмов мониторинга и прогнозирования роста межэтнической и межконфессиональной напряженности; проведения последовательной работы по преодолению сепаратизма, экстремистской и националистической деятельности; выработки единых стандартов реализации национальной политики, единого понятийного терминологического аппарата, законодательных механизмов, обеспечивающих широкое информационное сопровождение государственной национальной политики.

В информационной сфере в Стратегии поставлены следующие задачи:

1. Стимулирование и поддержка средств массовой информации, освещающих этнокультурную тематику;

2. Поддержка проектов, направленных на реализацию Стратегии, тематических рубрик, радио- и телепередач;

3. Организация конкурсов на лучшее освещение тематики межкультурного взаимодействия;

4. Предоставление общественным и государственным деятелям, занимающимся вопросами гармонизации межкультурных отношений, площадок для выступления в СМИ;

5. Общественный контроль за недопущением разжигания межнациональной розни в СМИ;

6. Проведение регулярных семинаров для повышения квалификации журналистов, освещающих тему межэтнических отношений;

7. Проведение регулярного мониторинга СМИ по вопросам реализации государственной национальной политики.

Российская Федерация является не только многонациональной, мультикультурной страной, но и страной активной иммиграции. В последние 20 лет в российских СМИ сложился устойчивый антимигрантский дискурс, и одним из существенных компонентов общественных настроений стала мигрантофобия (Вишневский, 2011: 91). Тем не менее существующие демографические, социально-экономические проблемы ставят перед государством необходимость наращивания миграционных потоков. В связи со стабильным сокращением численности населения России и хоть и растущим, но все еще недостаточным уровнем рождаемости в Концепции демографической политики до 2025 года стоит задача обеспечить миграционный прирост населения более 300000 человек ежегодно. Важной задачей является создание условий для привлечения в страну зарубежных предпринимателей, инвесторов, высококвалифицированных и квалифицированных специалистов разного профиля. Все это, безусловно, приведет к дальнейшему усложнению этнокультурной ситуации в стране и обозначит новые вызовы и задачи по интеграции общества.

Следует отметить, что роль СМИ в межэтнических отношениях в Российской Федерации осмыслена не только на государственном уровне, но и в профессиональном сообществе. Активизация этнического компонента в СМИ актуализировала исследования речевой агрессии, «языка вражды» в СМИ. Как показали проводившиеся в течение последних десятилетий медиаисследования, около 40% публикаций федеральных и региональных печатных российских СМИ «содержат отчетливые признаки интолерантной интенции» (Дзялошинская, 2011: 498). В 2003 году журналисты, обеспокоенные качеством освещения межэтнической тематики в СМИ, организовали Гильдию межэтнической журналистики – межрегиональную общественную организацию журналистов, освещающих межэтническую тематику. Журналисты Гильдии проводят круглые столы, лекции, тренинги для журналистов по грамотному освещению межэтнической тематики в СМИ.

За рубежом интерес к изучению этнической журналистики усилился вместе с процессами глобализации, наращивания миграционных потоков, усложнения состава общества. Начиная со Второй Мировой войны, во многих западных странах образовались этнически и культурно разнообразные общества. За период с 1980 по 2005 гг. число международных мигрантов в мире удвоилось. В 2017 году число международных мигрантов оценивалось в 258 миллионов человек (International Migration Report, 2017: 4). Мощные миграционные потоки многократно усилили фрагментацию общества, повлекшую за собой фрагментацию коммуникационного пространства, выразившуюся в росте числа этнических, диаспоральных, иммигрантских СМИ, ставшем особенно заметным в последние десятилетия (Deuze, 2006: 264).

С конца 1960-х годов за рубежом развивается политика мультикультурализма, направленная на сохранение и развитие культурных различий и поощрение взаимного обогащения культур. Появившись в Канаде и Австралии, мультикультурное движение быстро распространилось в США, Великобритании, Германии и других странах. К 1980-м годам принципы

мультикультурализма прочно вошли в политику большинства европейских стран (Бабич, Родионова, 2009: 5).

Известны четыре альтернативные стратегии жизни иммигрантов в новом для них обществе (Берри, 1997):

1. Интеграция, подразумевающая сохранение каждой из взаимодействующих групп своей культуры при установлении тесных контактов друг с другом;

2. Ассимиляция, при которой приезжие полностью теряют свою культуру, отказываются от своих ценностей и растворяются в принимающем их обществе;

3. Сепаратизм, подразумевающий сохранение собственной культуры при полном отказе от взаимодействия с другими;

4. Маргинализация, при которой группа теряет свою культуру, но так и не устанавливает тесные контакты с другими.

Отказ от использовавшейся ранее ассимиляционной модели интеграции иммигрантов, подразумевавшей полное принятие ценностей и культуры принимающего общества, был обусловлен серьезными проблемами, с которыми столкнулись страны Европы. Для выхода из этой проблемной ситуации европейскими политиками были принята концепция мультикультурализма. Одной из первых европейских стран, начавших применять ее на практике, стала Великобритания. Здесь были приняты законы, не допускающие любые формы дискриминации по национальному и расовому признаку, применялись меры по сохранению самобытности национальных меньшинств. Однако вместо того, чтобы разрешить проблемы с иммигрантами, политика мультикультурализма привела Великобританию к серьезным проблемам сосуществования коренного населения и мигрантов. Все чаще стали высказываться мнения о полной несовместимости таких культур с ценностями принимающего их общества, неспособности некоторых этнических групп влиться в новое общество. Современный Европейский миграционный кризис, достигший своего пика в 2015-2016 гг., актуализировал научные исследования миграционного дискурса в европейских СМИ, проблемы представления мигрантов, беженцев в медийном дискурсе. Также

возрос интерес к изучению этнокультурных СМИ – СМИ национальных и культурных меньшинств, иммигрантских, диаспоральных, иноязычных СМИ. Их аудитории становятся все более заметными для политиков в качестве электората и для предпринимателей в качестве перспективных потребителей товаров и услуг (Малькова, 2014: 104). Политики в США, Канаде, Австралии, Германии постепенно осознают необходимость обращения к этнокультурным СМИ, чтобы донести свои сообщения до все более разнообразного общества, и начинают обращать внимание на редакторов и журналистов, пишущих для этнических СМИ. Маркетологи и рекламодатели интересуются этнокультурными СМИ, потому что они могут дать им доступ к новым аудиториям и рынкам (Matsaganis, Katz, Ball-Rokeach, 2011: 17).

В начале XXI века в США уже было зарегистрировано более 2500 этнических медиаорганизаций, удовлетворяющих информационные потребности коренных народов, африканских, афроамериканских, латиноамериканских, ближневосточных, азиатских, европейских диаспор; в Австралии функционировали более 115 этнических медиаорганизаций, работающих для 39 различных этнических сообществ, включая армянскую, голландскую, египетскую, греческую, индийскую, индонезийскую, непальскую, корейскую, польскую, турецкую диаспоры; в Великобритании ежедневно выходили более ста ежедневных и еженедельных газет, работали более 15 этнических радиостанций и 30 телевизионный каналов; в Германии выходили СМИ пятнадцати различных этнических сообществ – албанского, боснийского, китайского, греческого, турецкого, вьетнамского, русскоязычного и других (Matsaganis, Katz, Ball-Rokeach, 2011: 4). Уже к 2004 году число иноязычных медиа Германии превысило 2500 наименований. «В 2006 в Канаде выходило 250 этнических газет, функционировало 14 этнических радиостанций» (Ojo, 2006: 343), и во всех странах мира число этнических СМИ продолжает стремительно увеличиваться.

Мы солидарны с тем, что «одним из показателей единства нации и важным условием ее дальнейшего развития является богатство и разнообразие

информационного поля» (Гарифуллин, 2013: 131). СМИ обеспечивают интеллектуальное взаимодействие в обществе, «непрерывное обогащение медиакартины мира в сознании личности, различных групп, общностей, организаций, включенных в социальную практику конкретного социума» (Шкондин, Смирнова, Гладкова, 2018: 9).

В условиях глобализации происходит расширение социальных контактов и разнообразных межэтнических взаимоотношений. Такого рода взаимоотношения требуют взаимопонимания, уважения и доброжелательности, однако в современном мире мы все чаще можем наблюдать проявления социальной нестабильности, связанные с выражением агрессии и нетерпимости. Межкультурные отношения всегда находятся в динамике, межнациональное согласие не может быть один раз достигнуто и навсегда предопределено.

1.2. Динамика теоретического осмысления подходов к изучению роли СМИ в межкультурной коммуникации

И в отечественной, и в зарубежной науках накоплен большой опыт изучения роли СМИ в межкультурной коммуникации. Подходы разных исследователей к определению роли СМИ в многонациональном, мультикультурном обществе полифоничны. Это связано с разностью культурных, исторических оснований, современных реалий и проблем обществ, подвергаемых исследованию.

Одни страны имеют большой опыт в управлении многонациональностью, разнородностью общества, другие сравнительно недавно столкнулись с подобными явлениями, и осмысление этих процессов в них все еще продолжается. В отдельных странах, несмотря на усиливающиеся процессы фрагментации, усложнения состава общества, среди граждан все еще сильны представления о его гомогенности, мононациональности.

Исследователи рассматривают роль СМИ в межкультурной коммуникации с разных сторон:

1. Исследуя мейнстримные СМИ с точки зрения формирования отношения к народам, этническим группам, национальным, культурным меньшинствам, мигрантам, беженцам в принимающем обществе;

2. Исследуя этнокультурные СМИ с точки зрения формирования отношения самих меньшинств к принимающему сообществу, а также к другим культурным, этническим, религиозным группам.

Для того, чтобы выявить роль СМИ в межкультурной коммуникации, можно рассматривать как конструктивные стороны функционирования СМИ в мультикультурном пространстве, такие как могущественный потенциал СМИ в поддержании диалога культур, разнообразие возможностей СМИ для поддержания межкультурного согласия, коммуникативных процессов в обществе, формирования установок толерантности; участие СМИ в осуществлении национальной политики государства; так и деструктивные процессы в функционировании СМИ, такие как «мобилизация этничности» политическими элитами в корыстных целях (см. Малькова, 2014); использование «языка вражды», применение дискриминирующих стратегий и механизмов репрезентации и стереотипизации «других». В этой связи заметную часть исследований роли СМИ в межкультурной коммуникации составляет изучение роли самих журналистов, их ответственности, возможностей, необходимых качеств и навыков.

Подходы ученых к определению роли СМИ в межкультурной коммуникации и фокус их исследований меняются в зависимости от этнокультурной ситуации, сложившейся в том или иной обществе, однако многочисленные общие основания рассмотренных нами подходов позволяют выявить общую концепцию роли СМИ в межкультурной коммуникации, которую мы представим в конце первой главы диссертационного исследования.

Исследования роли СМИ в межкультурной коммуникации тесно связаны с изучением толерантности в обществе. Еще в 1947 году американский социолог П. Лазарсфельд обратил внимание на роль СМИ в поддержании хороших отношений между различными национальными

группами в обществе. Лазарсфельд задавался вопросом, может ли пропаганда в СМИ способствовать установлению толерантности в обществе. Пропаганду толерантности исследователь сравнивает с рекламой: «если мы можем продать мыло с помощью СМИ, то почему бы не “продать” аудитории хорошие отношения между различными национальностями» (Lazarsfeld, 1947: 17). Разумеется, резкие изменения в оценках человека не могут произойти исключительно за счет влияния СМИ. Более того, многочисленные проведенные исследования и жизненный опыт доказывают, что стремление к дискриминации отдельных групп глубоко заложено в личности человека. Для таких людей пропаганда толерантности в СМИ не имеет никакого значения – они всячески пытаются уклониться от ее влияния. Тем не менее СМИ могут играть существенную роль в повышении уровня толерантности в обществе. Лазарсфельд П. считал, что главная роль СМИ состоит в том, чтобы помогать тем институтам и организациям, которые постоянно работают над гармонизацией межнациональных отношений в обществе. Деятельность таких организаций эффективнее деятельности СМИ, но СМИ могут существенно усилить эффективность этих организаций. Стремление к толерантности и соблюдению гражданских прав в обществе сильнее, когда оно поддерживается на нескольких институциональных уровнях.

О неэффективности чисто просветительских, пропагандистских мероприятий в СМИ говорит профессор Высшей школы экономики, доктор филологических наук И.М. Дзялошинский. Он рассматривает СМИ с нескольких сторон:

1. Как активный субъект информационной и воспитательной деятельности, агент пропаганды и канал между властью и управляемым народом;
2. Как зеркало происходящего в обществе;
3. Как бизнес, производящий продукцию, которую желает видеть потребитель;
4. Как «профессиональный модератор, который умеет организовать обсуждение» (Дзялошинский, 2011: 124), направить диалог, помочь в достижении согласия.

Последний, четвертый подход к пониманию роли СМИ в обществе И.М. Дзялошинский считает самым эффективным, однако СМИ не должны быть простым ресурсом или посредником, они должны стать неотъемлемым элементом гражданского общества, местом для диалога, направленным на формирование атмосферы толерантности в обществе.

Признавая огромную роль СМИ в установлении гармоничных отношений в мультикультурном и многонациональном обществе, И.М. Дзялошинский так же, как и П. Лазарсфельд не считает СМИ единственными, кто должен заниматься формированием толерантных установок в обществе, более того, ученый особо отмечает, что лобовая пропаганда толерантности в СМИ никогда не принесет никакого ощутимого эффекта. Любое воздействие на общество с помощью СМИ будет иметь смысл только при условии существования параллельных процессов в сфере политики, экономики, культуры и образования.

Одними из первых отечественных исследователей, сосредоточивших свое внимание на изучении этнических и этноконфессиональных аспектов жизни, освещаемых в СМИ, были этносоциологи и антропологи Российской Академии Наук. Уже в 60-е –70-е гг. XX века они «обратили внимание на роль СМИ в формировании массовых представлений и установок людей в сфере межэтнических отношений, в ориентации массового сознания на этническое обособление или на общегражданскую интеграцию» (Малькова, 2016: 31).

Этническая информация может передаваться через отбор фактов из жизни представителей разных национальностей, с помощью этнически окрашенных иллюстраций, фотографий, карикатур на этническую тематику, через трансляцию этнических стереотипов. Под влиянием ежедневного потока этнически окрашенной информации у аудитории формируются этнические гетеростереотипы – обобщенные представления о физическом, нравственном, умственном облике представителей разных этнических групп. При этом этничность часто используется политиками в своих собственных целях, например, для мобилизации этнических сообществ, нагнетания алармистских

настроений в обществе. При содействии СМИ этническая информация может сыграть как созидающую, так и крайне деструктивную роль в обществе. Одна необдуманная публикация может разобщить многонациональное общество, развить межэтническую напряженность, способную перерасти в межэтнический конфликт, именно поэтому так важно проводить регулярный мониторинг СМИ. В последнее время этнической информации в СМИ встречается все больше, при этом ее наличие далеко не всегда бывает оправдано. Журналисты могут необоснованно подчеркивать национальность преступников, допускать шутки, провоцирующие этнические обиды (Малькова, 2011). Мы солидарны с В.К. Мальковой, призывающей журналистов аккуратно обращаться с этнически окрашенной информацией.

По мнению российского этнолога, профессора, доктора исторических наук В.А. Тишкова, на первый план в СМИ должна выходить «информационная работа» (Тишков, 2008: 21). Проблемой является относительно малое количество позитивной информации о культурных проектах и событиях в жизни разных народов в мейнстримной прессе. Опытные ньюсмейкеры, способные создавать информационные поводы, интересные большинству аудитории, к сожалению, не стремятся освещать этнокультурные темы. Тишков В.А. отмечает, что журналисты часто становятся ключевыми акторами в конструировании конфликтов, при этом меньше всего осознавая свою причастность к этому, меньше всего страдая в конфликте и меньше всех неся ответственность за нанесенный ущерб.

В этой связи важное значение приобретают исследования, посвященные изучению роли журналиста в межкультурной коммуникации, среди которых мы отметим работы В.А. Ачкасова, И.Н. Блохина, М.И. Дзялошинской, И.М. Дзялошинского, О.Н. Савиновой, G. Bjørnsen.

Профессор, доктор политических наук О.Н. Савинова отмечает, что культуроформирующая функция СМИ переживает сегодня «процесс аберрации – отклонения от нормы» (Савинова, 2010: URL). Это связано с процессом трансформации современных средств массовой информации – их

коммерциализацией и обесцениванием значения культурно-образовательной функции. Обладая огромным просветительским потенциалом, пресса не стремится использовать его во благо, а напротив, тиражирует низкие стандарты культуры, использует «язык вражды», способствуя разжиганию межнациональной розни. Во многом это связано с недостатком знаний и умений журналистов в работе с этнической информацией. Чтобы подготовить будущих журналистов к грамотной работе в многонациональном обществе, в университетскую образовательную программу необходимо включить этнокультурный компонент (Савинова, 2012: 70).

И.Н. Блохин вводит понятие «этнологической культуры журналиста», которая в современных условиях становится неотъемлемой частью профессии журналиста. Под этнологической культурой исследователь понимает «умение и потребность журналиста мыслить, размышлять, анализировать этнические явления и процессы, склонность к исследовательской работе, умение прогнозировать развитие национальных отношений». По мнению И.Н. Блохина, «главной культурной функцией журналистики является просвещение аудитории через рассказ и разговор о культурах – национальных, массовой, суб- и контркультурах» (Блохин, 2008б: 303, 304). Открывая аудитории новую, неизвестную для нее реальность, журналист выступает в роли исследователя, эксперта. Небрежное отношение журналиста к этнической информации, неуместное использование эмоциональных высказываний, языковых клише формирует у аудитории неверные представления о межэтнических отношениях.

В.В. Тулупов отмечает, что авторы публикаций на этническую тематику в основном не являются экспертами, именно поэтому они должны консультироваться с учеными-этнологами и обязательно давать слово представителям самих национальных диаспор (Тулупов, 2013: 3).

С непрофессионализмом журналистов, освещающих межэтническую тематику, связывает проявления интолерантности в обществе В.А. Ачкасов. «Зачастую журналисты не понимают или не желают задуматься над тем, какие

именно высказывания политиков, официальных лиц и государственных чиновников имеют расистский и дискриминационный характер; а если и понимают, то не считают, что такие заявления должны быть соответствующим образом прокомментированы» (Ачкасов, 2011: 48). Это значит, что для понижения уровня агрессивности СМИ «необходимо многое менять в самосознании журналистов» (Дзялошинская, 2011: 499). Мы солидарны с позицией исследователей, считающих, что необходимо предъявлять высокие требования к журналистам, освещающим этническую тематику.

В 2010 году по инициативе Гильдии межэтнической журналистики открылась Школа межэтнической журналистики, задуманная как система повышения квалификации для журналистов, работающих с межнациональной тематикой. В 2015 году была запущена специальная программа для подготовки молодых журналистов, включающая лекции, посвященные этнокультурному разнообразию Российской Федерации, особенностям освещения межэтнической, этноконфессиональной тематики в СМИ, законодательным и правовым основам деятельности СМИ, а также практические задания, связанные с поиском «языка вражды» в СМИ, знакомством со специализированными этническими изданиями, подготовкой материалов на межэтническую тематику. Во время обучения предусмотрены встречи с представителями национально-культурных объединений, некоммерческих организаций, журналистами этнических СМИ, пишущими на национальных языках.

Гильдией межэтнической журналистики разработан Этический кодекс журналистов, освещающих межэтническую тематику. В нем отмечается, что журналисты не должны замалчивать межэтнические проблемы и конфликты, однако, осознавая свою ответственность перед обществом, должны стремиться «снизить градус напряжения в обществе, привить согражданам интерес и уважение к истории и культуре народов, населяющих Россию, настроить аудиторию на созидание стабильного многонационального общества». В Этическом кодексе отмечается необходимость постоянного пополнения знаний о культуре, истории и традициях разных народов,

рекомендуется получать этническую информацию «из первых рук», не допускать использования «языка вражды», транслирования этнических стереотипов, внимательно следить, чтобы заголовки материалов не несли в себе провокационную информацию. Журналист должен быть непримирим к любым формам дискриминации и нетерпимости. Кроме этого, отмечается, что «этническая принадлежность журналиста не должна влиять на объективность его работы и вызывать конфликт интересов» (Этический кодекс журналистов, освещающих межэтническую тематику в Российской Федерации: URL).

В отношении этнической принадлежности журналиста и возможностей, которые она может дать редакции и обществу, интересны работы норвежской исследовательницы Г. Бьорнсен, которая изучает понимание журналистами собственной роли в многонациональном обществе Норвегии и приходит к выводу, что включение в работу СМИ журналистов, принадлежащих к тому или иному этническому меньшинству может существенно улучшить работу редакции. Несмотря на культурное многообразие современной Норвегии, где помимо норвежцев проживают саамы, норвежские финны, шведы, цыгане, евреи и большое количество рабочих мигрантов из Польши и Пакистана, представление о Норвегии как о гомогенной и мононациональной стране все еще очень сильно в самом норвежском обществе. Проведенные исследования показали, что лишь немногие норвежцы общаются с представителями национальных меньшинств в своей стране. Таким образом, наиболее существенной ролью СМИ в межкультурной коммуникации в норвежском обществе Бьорнсен считает предоставление коренным норвежцам информации о представителях других национальностей, проживающих в Норвегии.

Исследователь отмечает, что в Норвегии очень ограничено количество представителей этнических и культурных меньшинств среди журналистов мейнстримных медиа: всего 1% среди уже работающих и около 3% среди обучающихся. Подобную проблему также отмечает исследователь Т. Оджо в Канаде: «В канадских редакциях практически отсутствуют журналисты-представители национальных меньшинств» (Ojo, 2006: 348).

Бьорнсен отмечает, что представителей национальных, этнических, культурных меньшинств редко приглашают в качестве гостей или экспертов на программы, не посвященные теме межэтнических отношений, их почти нельзя увидеть в серьезных политических передачах или дебатах. Журналист охотнее возьмет интервью у коренного норвежца, чем у представителя национального меньшинства, что связано как с жесткими дедлайнами при подготовке сюжета, не позволяющими журналисту обратиться к альтернативному источнику информации, так и со стереотипами и личными установками журналиста. В результате часть общества остается непредставленной в информационном поле страны. Решением этой проблемы может стать наличие в качестве сотрудников редакции представителей этнокультурных меньшинств, которые смогут установить контакты с новыми, альтернативными источниками, внести тем самым разнообразие, новизну в новостные сюжеты и статьи. Обладая глубокими знаниями о своих этнических группах, такие журналисты легко могут получить к ним доступ, представить их в информационном поле страны. Мы солидарны с Г. Бьорнсен в том, что журналисты-представители этнокультурных меньшинств способны смотреть на вещи под другим углом и генерировать новые идеи через призму собственной этничности, поэтому для всех остальных журналистов в редакции они могут играть роль «обучающего» (Nikunen, Eide, 2011: 53-70).

Изучение роли СМИ в многонациональном обществе тесно связано с проблемой «своих» и «чужих», а также с проблемой существования речевой агрессии и «языка вражды» в СМИ. В медийном дискурсе разделение «своего» и «чужого» становится особенно заметным, обнаруживая неоднородность общества, высвечивая проявления межнациональной нетерпимости.

Проблемы «языка вражды» в СМИ находятся в фокусе внимания целого ряда исследователей информационно-аналитического центра «СОВА», а также А.И. Грищенко, И.М. Дзялошинского, В.К. Мальковой.

«Языком вражды» называют «всю совокупность текстов, а также заголовков, фотографий и иных элементов СМИ, прямо или косвенно

способствующих возбуждению национальной или религиозной вражды, или хотя бы неприязни» (Дзялошинский, Дзялошинская, 2007: 66). «Язык вражды» в СМИ может «угадываться в тональности, стиле заголовков, подборе фотографий, отсутствии редакционного комментария» (Тулупов, 2013: 3).

Исследователями информационно-аналитического центра «СОВА», занимающегося проблемами национализма и ксенофобии, выделяются три вида «языка вражды»: жесткий, средний и мягкий. Для жесткого «языка вражды» характерны прямые призывы к насилию и дискриминации или завуалированное положительное отношение к ним. Средний «язык вражды» фиксируется при наличии утверждений о криминальности определенной этнической или культурной группы, рассуждений о негативном влиянии этой группы на общество, призывов не допустить закрепления той или иной группы в регионе. Для мягкого «языка вражды» характерны упоминание национальности в уничижительном контексте, цитирование дискриминирующих высказываний без соответствующего комментария, создание общего негативного образа этнической группы (Язык вражды против общества, 2007: 81).

Интолерантный медийный текст начинает приобретать экстремистские черты при наличии в нем крайне жестких оценочных высказываний и метафор, выражений, направленных на унижение достоинства, сравнений национальностей с животными, призывов к насилию, противоправным действиям в отношении «других» (Мельник, Мисонжников, 2015: 109-110). Так, в нацистской пропаганде евреи, коммунисты, представители некоторых этнических меньшинств сравнивались с крысами и тараканами (van Dijk, 2000: 29).

Среди признаков, характеризующих интолерантность в текстах, выделяют поляризованную репрезентативность (деление на «своих» и «чужих») и наличие побудительных конструкций в отношении описанной группы (Язык вражды против общества, 2007: 88). «Стороны противостояния могут описываться этническими категориями или категориями миграционного статуса, при этом “мы-группа” снабжается позитивно оцениваемыми качествами, а “они-группа”

оценивается негативно» (Тулупов, 2013: 3). При определенных обстоятельствах противостояние «мы – они» может «приобретать гипертрофированные черты и выходить за границы нормы» (Мельник, Мисонжников, 2015: 109). Так, в медийном дискурсе распространен страх «вторжения Другого», транслирующийся через «образ гостя, нарушившего привычный образ жизни и диктующего свои нравы “хозяевам”», наряду со страхами «утраты идентичности» и «утраты ресурсов» (Мукомель, 2005: URL).

К «языку вражды» относится использование этнофолизмов – негативно коннотированных этнонимов с оттенком предубеждения и уничижения. «Они либо создают образ врага, либо используются как экспрессивные номинации отчуждающего характера, отражающие релевантность для говорящих оппозиции “свой – чужой”» (Грищенко, Николина, 2006: 175).

Зачастую провокационное противопоставление вставляется журналистами в заголовок материала с целью привлечения внимания аудитории и «драматизации темы» (Мукомель, 2011: 92). Подбор лексики в заголовке сигнализирует о социальных и политических взглядах СМИ на происходящее, и даже если сам материал при этом окрашен нейтрально, выбор лексики для заголовка имеет определенные идеологические последствия (van Dijk, 1991: 53).

В основу индекса (ин)толерантности прессы, предложенного Э.Д. Понариным, положены «представления о механизмах формирования коллективных идентичностей, выстраивания символических границ между группами» (Язык вражды против общества, 2007: 92). Основной проблемой в определении степени толерантности прессы является репрезентация «других», поэтому анализ текста начинается с определения круга «своих» и круга «других», после чего анализу подвергаются стратегии отношения к «другим» и способы взаимодействия с ними. «Другие» могут быть прописаны явно, а могут только подразумеваться. Автором выделяется 7 критериев подачи информации о «других», среди которых «насилие», «угроза», «дискриминация», «лексика», «проблематизация», «метонимия», «негатив». За каждый найденный в анализируемом тексте критерий начисляются

соответствующие баллы, характеризующие степень интолерантности дискурса. По завершении анализа баллы суммируются, итоговая сумма является индексом (ин)толерантности медийного текста. Максимально интолерантный текст набирает 18 баллов, если ни один из критериев не выявлен, текст не набирает ни одного балла и считается толерантным.

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

Голландский лингвист Т.А. ван Дейк изучает роль СМИ в воспроизведении стереотипов в отношении мигрантов и беженцев и приходит к выводу о том, что СМИ часто используют имплицитные дискриминирующие практики, показывающие их в негативном свете. К примеру, журналисты часто используют в отношении мигрантов такие метафоры как «наплыв», «поток», «волны». Кроме этого, миграция может описываться в контексте вторжения, нашествия (van Dijk, 2004: 352). Помимо водных и военных метафор для описания миграции также используются товарно-вещевые («импорт», «экспорт», «отправлять») и театральные («драма», «трагедия») метафоры (Нестерова, Бурова, 2016: 569). Использование подобных метафор вносит свой вклад в дегуманизацию представлений о миграции.

К выводу о дегуманизированном представлении трудовых мигрантов в российских СМИ приходит исследователь В.А. Ачкасов. В СМИ мигранты представлены «либо как нарушители правопорядка, либо как жертвы правонарушений. Их голос совсем не слышен, как не видно и репортажей о том позитивном вкладе, который они вносят в развитие экономики, благоустройство повседневной жизни. На телеэкране мигранты – это безгласные тени, жертвы

обстоятельств или те, “кто мешает нам жить”» (Ачкасов, 2012: 50). В большинстве случаев мигранты показаны в СМИ не как отдельные люди, а как угрожающая и безликая масса, которая ассоциируется с концептом «проблемы» и даже «болезни».

Исследователь С. Брурос, анализируя публикации крупнейших норвежских и испанских изданий, приходит к выводу о том, что журналисты, освещая миграционные процессы, фокусируются на их экономических и политических последствиях, а не на самих людях. Апелляция к цифрам, все возрастающему количеству приезжих способствует нагнетанию алармистских настроений в обществе. Фокусируясь на статистических данных, ставя в центр медийного дискурса не судьбы людей, а анализ политических и экономических последствий, СМИ конструируют дегуманизированный образ миграции (Brurås, 2018: 26-34).

Группа австралийских исследователей – Р. Блейкер, Д. Кэмпбелл, Э. Хатчинсон и З. Николсон – изучает влияние графических изображений на дегуманизацию образа беженцев в крупнейших австралийских СМИ. Они отмечают, что публикации о беженцах практически никогда не сопровождаются фотографиями, изображающими конкретного человека с яркими узнаваемыми чертами лица, то есть изображениями, способными вызвать у аудитории эмоциональную реакцию, эмпатию, сочувствие. Доминирующими являются изображения групп людей, например, стоящих рядом с колючей проволокой или окруженных сотрудниками пограничного контроля, что связывает их образ с незаконностью, вторжением, потенциальной виной. Исследователи фиксируют двадцатикратное превышение дегуманизированных изображений, например, лодок с толпами людей над гуманистическим изображением отдельных индивидов на страницах наиболее тиражных австралийских СМИ. «На 42% изображений беженцев отсутствуют четкие черты лица, которые позволяли бы идентифицировать конкретного человека» (Bleiker, Campbell, Hutchison, Nicholson, 2013: 410). Когда не видно лиц, не видно и реальных людей,

остаются лишь анонимные массы. Визуальная дегуманизация беженцев напрямую связана с политическим дискурсом, представляющим просителей убежища как угрозу границам и безопасности Австралии. Таким образом, проблема беженцев в Австралии перестает быть гуманитарной проблемой и вместо этого становится проблемой безопасности.

Не прекращается дискуссия о дискриминирующей селективности СМИ в выборе изображений, иллюстрирующих громкие истории, связанные с «другими». Широко известна кампания, развернувшаяся в социальных сетях после убийства невооруженного афроамериканского подростка Майкла Брауна, застреленного полицейскими в Фергюсоне (Миссури, США), привлекшая внимание к тому, как подобные истории отображаются в СМИ. Афроамериканские пользователи Twitter возмутились выбором фотографий, иллюстрирующих новости об убийстве: большинство СМИ выбрали фото, где убитый выглядел как член банды. Его подозрительный внешний вид, уличный стиль одежды, золотые зубы, характерные жесты как бы оправдывали его убийство. В ответ пользователи начали выкладывать собственные фотографии: одну, где они были представлены в лучшем свете – в кругу семьи, на выпускном вечере с дипломом; другую, где они изображены в мешковатой одежде, с сигаретами и алкоголем, задаваясь вопросом, какую из фотографий выбрали бы журналисты, если бы их вдруг застрелил полицейский. По их мнению, СМИ выбрали бы второе изображение (Storey, Blinder, The New York Times, 13.08.2014: URL).

Касаемо лингвистического оформления медийного дискурса о «других», исследователи европейской прессы, выпускавшейся в разгар миграционного кризиса 2015 года, отмечали существенные различия в использовании терминов «мигранты», «беженцы», «соискатели политического убежища» в разных странах. Так, «в Германии (91%) и Швеции (75,3%) в большинстве СМИ использовались термины “беженцы” или “лица, ищущие убежище”. Термин “мигрант” чаще всего использовался в Италии (35,8%) и особенно в Великобритании (54,2%). В Испании доминирующим термином был

“иммигрант” (67,1%), в то время как термин “беженец” использовался в 12,5% публикаций» (Berry, Garcia-Blanco, Moore, 2015: 36). Лексика зачастую бывает политически ангажированной, и использование того или иного термина имеет важное значение. Согласно Р. Барту «номинация уже изначально является приемом искажения», а «в названии предмета уже содержится его оценка» (Барт, 2000: 183, 186). Использование терминов «беженец», «лицо, ищущее убежище» указывает на защиту, предоставляемую вновь прибывшим в соответствии с международным правом, при этом в исследованиях европейской прессы отмечалось смешение терминов «беженцы» и «экономические мигранты», а также проблематичность использования термина «нелегальный мигрант» (Berry, Garcia-Blanco, Moore, 2015).

В 2013 году информационное агентство «Асошиэйтед Пресс» (Associated Press) отказалось от использования термина «нелегальный мигрант» даже в случае незаконного пересечения границы индивидом без документов «как противоречащего принципам гуманистической этики человечества». Определение «нелегальный» возможно использовать «только в отношении описания действия, но не человека». Возможной заменой термину «нелегальный мигрант» может стать термин «иностранный гражданин с неурегулированным статусом», рекомендованный Международной организацией труда в 1994 году. Русскоязычная миграционная лексика также «не отличается позитивным, недискриминационным подходом к языку». В русскоязычном медийном дискурсе термины «мигрант», «гастарбайтер», «трудовой мигрант» в основном окрашены негативно, ассоциируются с концептом угрозы. Проблемным остается термин «нелегальный мигрант». Постоянно увеличивающаяся миграционная активность по всему миру требует формирования «легитимной, гуманной и политически корректной семантики миграционных терминов» (Гулина, 2016: 338).

В новейших исследованиях европейского миграционного дискурса отмечается, что мигранты и беженцы представляются в СМИ обезличено и

деиндивидуализировано, чаще всего их голоса в прессе практически не слышны, и потому «они не в состоянии повлиять на медийный дискурс» (Georgiou, Zaborowski, 2017: 3). В СМИ мало информации о личных историях конкретных людей – мигрантов и беженцев, представленных в формате «human story» («истории о человеке»), несмотря на то что это один из самых «эффективных и действенных способов влияния журналистов на восприятие массовой информации» (Блохин, 2008б: 306). В европейском медийном дискурсе беженцы в основном характеризуются с точки зрения их принадлежности к одной из категорий: «преимущественно национальности (62% всех статей) и в меньшей степени пола (24%) и возраста (27%). Более персонализированные спецификации, такие как имена и профессии, имели самую низкую частоту с 16% и 7% соответственно». Кроме этого, отмечается также явление «деконтекстуализации» (англ. «decontextualization»), когда дискуссия о негативных геополитических, экономических последствиях миграционного кризиса существенно перекрывала дискуссию об исторических, политических причинах его начала (Chouliaraki, Zaborowski, 2017: 11, 14).

На основании исследований таких ученых, как В.К. Малькова, В.М. Маркина, И.В. Самарина, L. Chouliaraki, S. Cottle, T.A. van Dijk, S. Hall, R. Zaborowski, а также рассмотренных выше примеров представления «других» в СМИ можно выделить следующие стратегии отчуждающей репрезентации «других» в медийном дискурсе:

1. Поляризация – репрезентация в контексте ярко выраженной оппозиции «мы–они», «создание “круга своих” и “круга чужих”» (Самарина, 2006: 5), противопоставление, дистанцирование, в крайнем проявлении создание образа врага;

2. Коллективизация (Chouliaraki, Zaborowski, 2017: 11) – массовизация, объединение «других» в общие категории;

3. Гомогенизация (Маркина, 2016: 151) – распространение свойств, качеств отдельной личности на всю группу, называемое также «сверхобобщением» (ван Дейк, 1989: 294);

4. Дегуманизация – лишение субъектности посредством подбора лексики, использования дегуманизирующих метафор, сопровождения текста дегуманизированными изображениями, смещение фокуса с личности на экономику, политику, статистику (van Dijk, 2004: 352);

5. Деперсонификация – отсутствие личных историй, имен, описаний характеров, указаний на обстоятельства жизни конкретных людей, лишение индивидуальности (Brurås, 2018);

6. Стереотипизация – систематическое представление «других» в рамках одних и тех же фреймов (Hall, 1997);

7. Драматизация – использование провокационных заголовков, эмоционально окрашенных фраз, резких оценочных суждений, метафор, гипербол, провокационных примеров, сарказма, визуальных образов, возбуждающих алармистские настроения аудитории (Мукомель, 2011: 92);

8. Патологизация – оценка «других» с точки зрения отклонения от общепринятых норм (Маркина, 2016: 153);

9. Исключение – слабое присутствие или отсутствие голоса «других» в дискурсе, пассивная, односторонняя репрезентация (см. Ojo, 2006; Ачкасов, 2012; Brurås, 2018), «символическое уничтожение “других”» (Cottle, 2007: 34);

10. Неоправданная видимость – нерелевантное акцентирование этничности, например, в криминальной хронике; повторяющееся акцентирование внимания на девиантных и криминальных характеристиках группы (см. Мукомель, 2011; White, Duck, Newcombe, 2012);

11. Селективность – в выборе источников, тем (ван Дейк, 2013: 39); в отборе фактов, иллюстрирующих материалов (Bleiker, Campbell, Hutchison, Nicholson, 2013);

12. Деконтекстуализация – отсутствие поясняющего контекста, ведущее к разорванности представлений аудитории о «других» (Chouliaraki, Zaborowski, 2017).

Указанные стратегии вносят свой вклад в установление символических границ (англ. «symbolic bordering») в отношении «других» (Chouliaraki, Zaborowski, 2017). Отметим, что признание различий «других» не всегда автоматически означает враждебность, отчуждение и дискриминацию, разность может и должна отображаться в СМИ позитивно (Petersoo, 2005: 88). Несомненно, определяющим здесь является лингвистическое оформление дискурса, тональность материалов, подбор изображений, сопровождающих материалы.

Коммуникативными стратегиями, преодолевающими отчуждение «других», являются гуманизация, признание гетерогенности, индивидуализация, персонификация, включение голоса «других» в дискурс, добавление контекста – сбалансированной репрезентации событий с учетом социальных, политических, исторических причин. «Стратегии деконструирования репрезентаций инаковости позволяют пересматривать дискриминационные стереотипы, учиться читать образы “других” заново и иначе» (Маркина, 2016: 156).

Группой австралийских исследователей К. Уайтом, Дж. Дак и П. Ньюкомбом убедительно показан аккумулирующий эффект систематического появления негативной информации в СМИ и его влияние на общественное мнение. Они исследуют связь между влиянием СМИ и отношением австралийцев к иммигрантам-мусульманам, выясняя, до какой степени коренные австралийцы готовы мириться с образом жизни мусульман в австралийском обществе, и влияют ли СМИ на эту оценку. Под образом жизни мусульман исследователи подразумевают такие религиозные практики мусульман, которые бы отражались на жизни всего австралийского общества в целом, например, ношение женщинами хиджабов в общественных местах или молитва в рабочее время.

Участникам исследования предлагалось ответить на вопросы, выясняющие их отношение к образу жизни мусульман; уровень ожидаемой от них угрозы; отношение к многонациональности в австралийском обществе; наличие контактов с мусульманами (в процессе работы, учебы, в обычной жизни) и уровень доверия к СМИ. Результаты опроса показали, что чем выше был у респондента уровень доверия к СМИ, тем выше оказывался его уровень ожидаемой угрозы от мусульман, и тем ниже была его готовность принять то, что мусульмане, живущие в Австралии, будут придерживаться привычного им образа жизни.

Одновременно с этим исследованием в Австралии и в других англоговорящих странах был проведен мониторинг публикаций, посвященных мусульманам, выявивший, что практически все они фокусировались на проблемах терроризма, криминала и акцентировали межкультурные различия. Публикаций, характеризующих мусульман в положительном ключе, найдено практически не было. Мусульмане были показаны как виновные в терроризме, изнасилованиях и нелегальной иммиграции. Конечно, тот факт, что отдельные индивиды, исповедующие ислам, действительно виновны в этих преступлениях, не может подлежать сомнению. Важно то, что в СМИ был сделан акцент на религию этих преступников, как если бы она объясняла их преступное поведение.

Ученые считают, что у людей, которые доверяют СМИ, уже сформирован образ мусульман, постоянно участвующих в каких-либо межэтнических конфликтах, и именно этот образ первым приходит им на ум, когда им задается вопрос об их толерантности к образу жизни мусульман. Таким образом, исследователи приходят к выводу о том, что длительное и последовательное появление подобных статей в СМИ имеет накопительный эффект и способно оказывать влияние на оценки людей и общественное мнение (White, Duck, Newcombe, 2012).

Разумеется, личные контакты, общение между представителями «других» и принимающих их обществ могут уменьшить их предубежденность друг против друга. Поощрение и создание возможностей для таких групповых

контактов может уменьшить вероятность развития конфликта, снизить уровень ожидаемой от иммигрантов угрозы, однако в силу различных причин (страха, стереотипов, языкового барьера) межличностные контакты между «мы-группой» (принимающим обществом) и «они-группой» (иностранцами, мигрантами, беженцами, представителями национальных меньшинств, этнических групп) могут быть очень ограничены или даже невозможны. Те, кто уже очень сильно предубежден против «других», естественно, будут всячески избегать любых контактов с ними. Для таких людей единственным источником информации об иммигрантах становятся средства массовой информации, более того, «люди часто ссылаются на газетные материалы для того, чтобы подтвердить свои предубеждения по отношению к этническим группам» (ван Дейк, 2013: 83).

В природе человека заложено не доверять и опасаться того, что неизвестно и непонятно, поэтому главная роль СМИ в межкультурной коммуникации состоит в том, чтобы создавать почву для диалога культур, «заполнять информационные черные дыры в межкультурном пространстве» (Гербер, 2011: 494), в которых и кроются причины конфликтов. Таким образом, публикации СМИ, являясь основным источником информации о «других», играют определяющую роль в создании этнокультурной картины мира. Формируя повестку дня, выбирая источники информации, интерпретируя события, СМИ конструируют особую медиареальность, создавая образ «других», который определяет отношение принимающего общества к приезжим. В связи с этим «необходимо обратить внимание на такую роль журналистики как “символическая реабилитация”, адаптация тех “других”, кто ищет убежище или спасается от войны и голода. В условиях негативного информационного фона те, кто действительно нуждается в общественном признании и социальной включенности, оказываются скомпрометированы, а в обществе начинают появляться страхи и ненависть. СМИ способны и должны работать таким образом, чтобы давать

представления о тех, кто слаб и нуждается в защите, давать голос тем, у кого его нет» (Cottle, 2007: 34).

Существование мультикультурных сообществ, постоянно возрастающие миграционные потоки, усложняющийся этнокультурный состав обществ актуализируют исследования СМИ диаспор, национальных меньшинств, различных этнокультурных сообществ, объединяемых нами термином «этнокультурные СМИ». Изучение этнокультурных СМИ позволяет лучше понять многообразие этнокультурного пространства, выявить основные болевые точки межэтнических отношений в обществе и выработать оптимальную стратегию поведения в этих условиях.

1.2. Этнокультурные СМИ: специфика осуществления межкультурной коммуникации в многонациональном обществе

Рассуждения о роли этнокультурных СМИ в многонациональном обществе справедливы для всех видов этнокультурных СМИ – национальных СМИ, СМИ коренных народов, этнических, диаспоральных СМИ, однако в силу специфики исследования мы по большей части будем приводить примеры из исследований иммигрантских СМИ.

Отметим, что описанные в предыдущем параграфе подходы к определению роли журналистов и СМИ в межкультурной коммуникации, а также обозначенные проблемы, связанные с толерантным и интолерантным медийным дискурсом, распространением этнических стереотипов, представлений, мифов, использованием «языка вражды», имплицитных дискриминирующих медийных практик, коммуникативных стратегий отчуждения отдельных групп в медийном дискурсе и накопительным эффектом от последовательно появляющейся негативной информации, актуальны как для мейнстримных, так и для этнокультурных СМИ.

Аудитория языковых и этнических меньшинств ожидает «того же качества обеспечения новостями, что и аудитория мейнстримных СМИ», тем не менее этнокультурные СМИ имеют свою специфику в осуществлении межкультурной

коммуникации в многонациональном обществе. Принципы, которыми руководствуются этнокультурные СМИ, включают «участие, интерактивность, местную идентичность, культурную автономию, разнообразие, чувство свободы и самоподдержку». Этнокультурные СМИ предоставляют возможность для общения «небольших по масштабу групп людей по каналам, независимым от доминирующих медиа» (МакКуэйл, 2013: 194, 73).

Малькова В.К. считает, что в мейнстримных СМИ содержится «рассеянная» этническая информация, в то время как этнокультурные СМИ распространяют «концентрированную» этническую информацию (Малькова, 2014: 107). Однако многие современные иммигрантские, диаспоральные, этнокультурные СМИ стремятся соответствовать мейнстримным общественно-политическим и универсальным изданиям, освещая информацию, важную для всего общества в целом, но на языке сообщества (примером может служить русскоязычная газета «Русская Германия», редакция которой утверждает, что является обычным немецким изданием, освещающим новости, важные для всех жителей Германии).

В отношении этнокультурных СМИ необходимо обратить внимание на двойственность их функций. Они обладают как интегрирующим, так и дезинтегрирующим воздействием на общество, могут способствовать как сближению меньшинства с принимающим обществом, так и замыканию, маргинализации этнокультурного сообщества.

С точки зрения интегрирующего воздействия этнокультурные СМИ играют роль своеобразного ориентира для своей аудитории (Пётткер, Лепилкина, Серебрякова, 2016). Предоставляя полезную справочную и, что особенно важно для иммигрантов, актуальную юридическую информацию, СМИ помогают им понять свои права и обязанности в новой стране (Matsaganis, Katz, Ball-Rokeach, 2011: 60). Такая информация может подаваться в том числе в виде рекламы, предоставляющей информацию о том, куда и к кому можно обратиться для решения тех или иных проблем. Этнокультурные СМИ информируют об имеющихся ресурсах, обучают и ориентируют свою аудиторию, а также

знакомят ее со сложившимися правилами поведения и нормами культуры в принимающем сообществе, позволяя иммигрантам чувствовать себя полноценными гражданами принимающей страны (Deuze, 2006: 265). Таким образом, этнокультурные СМИ, реализуя рекламно-справочную функцию и функцию социальной ориентации (Прохоров, 2011: 60-61), помогают меньшинству сблизиться с принимающим сообществом, что является составной частью интегрирующей роли СМИ в межкультурной коммуникации.

Интегрирующее воздействие этнокультурных СМИ также реализуется в сообщениях об успехах, которых достигли представители сообщества в принимающем обществе в науке, искусстве, политике, и в рассказах о вкладе своего меньшинства в историю, экономику, культуру большинства. «Информация о причастности “нас”, “своих” к жизни большинства» вызывает гордость за свой народ, способствует укреплению этнической идентичности (Малькова, 2014: 115).

Еще один способ реализации интегрирующей роли этнокультурными СМИ – выполнение функции своеобразного проводника между принимающим обществом и этнокультурным сообществом. Редакторы и журналисты этнокультурных изданий могут выступать в качестве активных членов сообщества и взаимодействовать с органами власти, донося позиции и мнения членов этнокультурного сообщества до представителей властных структур, обращая их внимание на существующие проблемы и угрозы (Малькова, 2014: 141).

По мере успешной интеграции в принимающее общество первого поколения иммигрантов и с появлением второго, третьего поколений иммигрантские СМИ все больше приобретают черты диаспоральных СМИ, СМИ этнических меньшинств. Меняются потребности, запросы аудитории, что отражается на контенте этнокультурных СМИ, например, усложняется характер ориентирующей информации, а у аудитории появляется интерес к участию в политической и общественной жизни принимающего общества (см. Matsaganis, Katz, Ball-Rokeach, 2011: 18; Смолярова, 2014б: 9; Элиас, 2006: 11; Виимаранта, Протасова, 2018: 111). К примеру, исследователь русскоязычных

СМИ Финляндии Е.Ю. Протасова, сравнивая русскоязычные СМИ, выпускавшиеся в начале 2000-х годов и СМИ, выпускающиеся спустя практически 20 лет, отмечает, что «если раньше через прессу иммигранты искали себя, то теперь они ищут информацию о происходящих в Финляндии событиях и различные точки зрения на них» (Виимаранта, Протасова, 2018: 118). Исследователь русскоязычных СМИ Германии А.С. Смолярова, сравнивая публикации газет пятнадцатилетней давности с публикациями современных изданий, отмечает изменение характера справочной информации, например, сообщения о том, как получить социальную помощь, сменились советами по тому, как участвовать в выборах, избежать мошенничества при покупке недвижимости (Смолярова, 2014б: 158).

Интегрирующая роль этнокультурных, в особенности иммигрантских СМИ также проявляется в предоставлении актуальной информации о принимающей стране и обществе для тех, кто не обладает достаточным знанием языка принимающей страны. Знакомя аудиторию с повесткой дня принимающего общества, объясняя политическую ситуацию на понятном ей языке, этнокультурные СМИ включают своих читателей в информационную жизнь большинства, способствуют интеграции, сближению различных групп общества. Это особенно актуально для людей старшего возраста, часто испытывающих трудности с освоением нового языка, но важно и для более молодой аудитории, особенно в странах с относительно сложным языком. К примеру, русскоязычные иммигранты в Израиле отмечают сложность иврита, имеющего правила произношения и словообразования, сильно отличающиеся от соответствующих правил русского языка. Израильские новостные программы, где говорят на высоком иврите, могут быть сложны для понимания, поэтому иммигранты обращаются к российским СМИ и русскоязычным израильским СМИ, которые предоставляют актуальную информацию о принимающей стране на понятном языке. Иммигранты отмечают необходимость «быть в курсе происходящего, чтобы общаться на равных с коллегами по работе или сокурсниками», а степень осведомленности

о политической жизни считают «показателем их интеграции в обществе». Однако сами иммигранты отмечают, что наряду с ускорением процесса интеграции путем ознакомления с актуальной повесткой дня, потребление русскоязычных СМИ одновременно мешает ему, тормозя процесс изучения иврита и тем самым замедляя процесс интеграции (Элиас, 2006: 16, 19). Об этой же дилемме говорит Е.Ю. Протасова, отмечая увеличившийся объем знаний о социуме Финляндии в современной финской русскоязычной прессе, что, с одной стороны, способствует интеграции русскоязычной аудитории в принимающее общество, но, с другой стороны, снижает у нее мотивацию к поиску информации в финноязычной и шведоязычной прессе, что может в какой-то степени затруднять интеграцию в принимающее общество (Виимаранта, Протасова, 2018: 113).

Как и для мейнстримных СМИ, для этнокультурных СМИ важным является выбор повестки дня. Включая в нее новости родной страны, новости принимающей страны и внутренние, локальные новости о жизни диаспоры, этнокультурные СМИ вносят свой вклад в формирование и поддержание множественной идентичности, решая задачи сохранения национальной культуры, консолидации сообщества при одновременном включении его в систему межэтнических коммуникаций. «Такой баланс в содержании этнокультурных СМИ позволяет читателю удовлетворить потребности как члена этнокультурной группы, так и члена общества отдельной страны (региона или города), и, как правило, является составляющей успеха иммигрантских СМИ, которые продолжают интересовать аудиторию с достаточно высоким уровнем интеграции» (Смолярова, 2014: URL). Н. Элиас, изучая русскоязычные СМИ, выходящие в Израиле, отмечает, что русскоязычные респонденты, переехавшие в Израиль, называют возможность читать и смотреть СМИ на русском языке «жизненно важным мостом, соединяющим их прежнюю и нынешнюю жизнь» (Элиас, 2006: 18). Исследователь русскоязычных СМИ Германии Ц. Дариева отмечает, что для современных русскоязычных газет Германии характерен транснациональный принцип построения картины мира: «географическая карта

новостей и репортажей не ограничивается освещением только российских или только немецких событий». Как правило, новостные разделы разделены на части, где печатаются новости Германии, России и стран постсоветского пространства, мировые новости, а в региональных и местных изданиях присутствует «локальная привязка». В современной русскоязычной прессе «отсутствуют установки на общинность, соборность и территориальную компактность», нет ностальгии по «потерянной родине», характерной для эмигрантской прессы начала XX века (Дариева, 2008: 314). Помогая поддерживать связь как с принимающим обществом, так и внутри своего сообщества, а в случае иммигрантских и диаспоральных СМИ также и со страной происхождения, этнокультурные СМИ могут консолидировать этнокультурное меньшинство через осознание своей роли посредника между странами (Протасова, 2003: 111).

При этом в ситуации конфликта между родной и принимающей странами, расхождения их позиций, этнокультурные и, в частности, иммигрантские СМИ оказываются в сложной ситуации выбора точки зрения освещения ситуации. Одни этнокультурные СМИ решают обойти проблему, смещая фокус с политики на справочную, социальную и развлекательную информацию, другие начинают печатать информацию и приводить мнения, отличные от риторики мейнстримных СМИ, усиливая множественную идентичность своей аудитории (Matsaganis, Katz, Ball-Rokeach, 2011: 72).

Зачастую аудитория обращается к этнокультурным СМИ, когда волнующие ее проблемы не освещаются в мейнстримных СМИ или освещаются там преимущественно негативно. Дискурс, перенесенный на страницы этнокультурных СМИ, «играет роль катарсиса, в котором выплескиваются накопившиеся проблемы, сомнения, соображения» (Протасова, 2003: 120).

В предыдущем параграфе мы обсудили механизмы отчуждения «других», включающие в себя исключение определенных этнокультурных групп и меньшинств из медийного пространства или представление их в преимущественно негативном свете. В мейнстримных СМИ многие этнокультурные группы зачастую остаются невидимыми, не используются в

качестве источников информации или, напротив, видны чрезмерно и в основном в негативном контексте (Deuze, 2006: 265). Освещая жизнь сообщества, успехи его представителей, предоставляя свой взгляд на события, этнокультурные СМИ заполняют информационную лакуну мейнстримных СМИ и вносят свой вклад в позитивную репрезентацию сообщества.

При этом некоторые этнокультурные СМИ «своей направленной деятельностью поддерживают и немало будоражат национальные (этнические) чувства своих сородичей». «Пытаясь в публикациях ответить на вопросы: “Кто такие мы? Можем ли мы считать себя единой этнической группой? Какова наша роль и наше место в этой стране? Какие у нас здесь права и возможные преференции?”, этнокультурные СМИ способствуют “этнополитической мобилизации сообщества”, очерчиванию в общественном пространстве групповых этнических границ». Малькова В.К. отмечает, что, делая акцент на формировании своей идентичности, некоторые этнические СМИ слабо освещают вопросы межэтнического взаимодействия с принимающим обществом. (Малькова, 2014: 14, 69).

Таким образом, интегрирующая роль этнокультурных СМИ в межкультурной коммуникации имеет различные проявления. Этнокультурные СМИ способствуют интеграции общества через:

– предоставление членам этнокультурного сообщества ориентирующей информации, помогающей им быстрее освоиться в принимающем обществе;

– демонстрацию положительного примера интеграции через истории успеха отдельных представителей сообщества;

– выполнение функции «проводника» между принимающим обществом и этнокультурным сообществом;

– ознакомление аудитории с повесткой дня, политической жизнью принимающего общества на понятном языке, что способствует повышению степени осведомленности меньшинства о жизни большинства и появлению общих тем для общения представителей разных культур.

В то же время в отношении выполнения интегрирующей функции этнокультурные СМИ обладают некой амбивалентностью. Предоставляя информацию о принимающей стране на родном языке иммигранта, они включают его в информационную жизнь большинства, но в то же время не способствуют мотивации к изучению языка принимающей страны, тем самым тормозя процесс интеграции.

Характерная для некоторых этнокультурных СМИ концентрация на жизни сообщества, слабое освещение вопросов межэтнического взаимодействия во многом являются следствиями реализации функции консолидации сообщества. Амбивалентность «функционирования этнокультурных СМИ заключается в реализации, по сути, одних и тех же функций массмедиа в отношении различных субъектов» (Смолярова, 2014: URL). В контексте межкультурной коммуникации этнокультурные СМИ выполняют те же роли, что и мейнстримные СМИ, кроме этого, для них характерны те же риски – использование «языка вражды», неподготовленность журналистов к работе в мультикультурной среде, использование коммуникативных стратегий отчуждения в отношении отдельных этнических и культурных групп.

Этнокультурные СМИ нередко сталкиваются с целым рядом трудностей, в первую очередь, профессиональных. Зачастую выпуском этнокультурных СМИ занимаются непрофессиональные журналисты, любители, с этим связаны свойственные некоторым этнокультурным изданиям дилетантизм, смешение журналистики мнений и фактов, недостаточный уровень цифровых компетенций, необходимый для работы в конвергентных редакциях, а также случаи нарушения журналистской этики. Проблемами также являются отсутствие в ряде случаев оригинального контента на этнических языках в билингвальных СМИ, недостаточная оснащенность редакций современным мультимедийным оборудованием (Гладкова, Кульчицкая, Лазутова, Черевко, 2016: URL). Современное развитие информационных технологий, мгновенная доступность практически любого

информационного контента снижает конкурентоспособность этнокультурных СМИ, они испытывают серьезные проблемы с привлечением молодежной аудитории (Smoliarova, Nigmatullina, 2015: 70). Кроме этого, остро стоит проблема финансирования и поиска рекламодателей.

Исследователи предлагают ряд стратегий, которые могли бы помочь этнокультурным СМИ преодолеть существующие трудности, характерные во многом и для мейнстримных СМИ. Необходимо работать над привлечением молодежной аудитории, наращивать присутствие в интернет-пространстве, привлекать аудиторию к созданию контента, предоставлять аудитории эксклюзивную информацию, которую сложно найти в мейнстримных СМИ, например, локальные новости, освещающие жизнь диаспоры. Исследователи отечественных этнокультурных СМИ видят выход в усилении государственной поддержки в виде субсидий, дотаций, грантов, одновременно с поиском других источников финансирования: работой над увеличением количества подписчиков, поиском рекламодателей, привлечением спонсоров (Гладкова, 2018: URL).

Выводы по первой главе

Мы выяснили, что в настоящее время интерес к этнокультурным СМИ, этнической тематике в медиа стал как никогда высок. Аудитории этнокультурных СМИ – национальные меньшинства, этнокультурные группы, иммигрантские сообщества – становятся объектом внимания политиков и предпринимателей, видящих в них серьезные политические силы и перспективных потребителей товаров и услуг.

В мультикультурных, многонациональных сообществах ведущим принципом взаимодействия является толерантность – противоречивое понятие, обретающее всю полноту своего значения в определенных социокультурных, политических условиях. Тем не менее мы солидарны с теми исследователями, которые называют толерантность ведущим принципом в изучении вопросов межкультурной коммуникации.

Межкультурная коммуникация неразрывно связана с понятиями «своего», «другого» и «чужого». Идентичность формируется лишь во взаимодействии с «другим», однако это взаимодействие далеко не всегда должно быть противостоянием.

В отношении поддержания толерантности в многонациональных, мультикультурных сообществах важную роль играют средства массовой информации как проводники в выстраивании отношений между различными группами и основные источники информации о многообразии общества. Исследователи обращают внимание на роль самих журналистов в выстраивании межкультурной коммуникации, необходимость формирования этнологической культуры журналиста, получения определенных знаний, развития качеств, способностей для грамотного освещения этнокультурной тематики в СМИ.

Подходы к определению роли СМИ в межкультурной коммуникации разнообразны и зависят от фокуса исследования, этнокультурной ситуации, традиций, исторического опыта, назревших в обществе проблем, требующих решения, тем не менее мы можем выделить общую как для мейнстримных, так и для этнокультурных СМИ концепцию роли СМИ в межкультурной коммуникации:

1. «Информирующая роль СМИ – предоставление объективной этнической информации с осознанием того, что для большей части общества СМИ являются единственным ее источником;

2. Культуроформирующая роль СМИ – формирование адекватного представления людей о межэтнических отношениях путем недопущения “языка вражды” и других дискриминирующих практик в СМИ, конструирование этнокультурной картины мира в сознании аудитории;

3. Просветительская роль СМИ – предоставление этнографической, этнопросветительской информации о разных народах, культурных, национальных, этнических меньшинствах;

4. Организаторская роль СМИ – организация межкультурного диалога. СМИ должны стать дискуссионной площадкой и профессиональным

модератором диалога, направленного на достижение межнационального согласия;

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

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

7. Инклюзивная роль СМИ – включение всех групп в медийный дискурс, в том числе тех, чей голос не слышен, тех кто слаб и нуждается в защите, символическая реабилитация и адаптация “других”. Исследователями отмечается роль журналистов – представителей этнических меньшинств, способных существенно обогатить контент мейнстримных изданий, обеспечивая выход на новые этнические аудитории и вводя их в информационное поле;

8. Гуманизирующая роль СМИ – недопущение обезличенного, деперсонифицированного представления отдельных этнических, культурных, религиозных групп в СМИ, стремление к гуманизации медийного дискурса;

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

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

11. Интеграционная роль СМИ – ведение непрерывной работы по интеграции, консолидации общества. Все перечисленные выше роли являются ее неотъемлемыми составляющими» (Савинова, Иванова, 2019: 93).

Таким образом, проанализировав различные подходы отечественных и зарубежных медиаисследователей, этнологов, политологов, специалистов в области международных отношений, лингвистов, социологов к изучению роли СМИ в межкультурной коммуникации, мы выявили многочисленные общие основания. И отечественные, и зарубежные исследователи считают опасным необоснованное упоминание этнической информации в СМИ. Медийный дискурс может быть «формой вербальной дискриминации» (ван Дейк, 2013: 129);

использование «языка вражды», упоминание национальности в криминальной хронике, нагнетание ксенофобии способствуют появлению интолерантных настроений в обществе. Длительное и последовательное появление такой информации в СМИ имеет накопительный эффект и может оказывать негативное влияние на оценки людей. Не менее опасны имплицитные дискриминирующие практики в СМИ – поляризация, гомогенизация, коллективизация, дегуманизация, обезличивание, деперсонификация, патологизация определенных этнокультурных групп и деконтекстуализация определенных процессов в медийном дискурсе. Кроме этого, исключение определенных групп из медийного дискурса, селективность в выборе источников, их активная или пассивная позиция в медиадискурсе также являются его важными характеристиками.

Исследователи подчеркивают необходимость внедрения самых высоких стандартов в работу журналистов. В образовательную программу будущих журналистов необходимо ввести этнологический компонент, чтобы научить их аккуратно и грамотно обращаться с этнически окрашенной информацией.

Безусловно, СМИ не являются единственными ответственными за поддержание гармоничных отношений в многонациональном обществе. Лобовая пропаганда, не подкрепленная никакими реальными действиями, не приведет к установлению толерантности в обществе, поэтому необходимы параллельные процессы во всех сферах, а также продуманная государственная политика в сфере межнациональных отношений.

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

Глава вторая
РУССКОЯЗЫЧНЫЕ СМИ В СОВРЕМЕННОЙ ГЕРМАНИИ

2.1. Особенности этнокультурной ситуации в современной Германии

Современная Германия – мультикультурная страна, где сосуществуют множество национальностей, народностей и культурных групп. Это самая густонаселенная страна Евросоюза, численность населения которой составляет 83 миллиона человек, из которых значительную часть населения составляют люди с миграционным прошлым. «Имеющим миграционное прошлое признается лицо, не получившее немецкое гражданство по рождению, а также тот, у кого хотя бы один из родителей не получил немецкое гражданство по рождению» (Bevölkerung und Erwerbstätigkeit, 2011: URL). Современная Германия является одной из самых привлекательных для мигрантов стран мира. На 2017 год практически каждый четвертый житель Германии (19,3 миллиона человек) имел миграционное прошлое (Hanewinkel, Oltmer, 2017: 10).

Крупнейшими странами происхождения мигрантов в Германии являются Турция, Россия, Польша, Казахстан, Румыния, Италия, Греция. Региональное распределение населения с миграционным прошлым варьируется. Самое большое число лиц с миграционным прошлым проживает в федеральных землях Гессен, Бавария, Баден-Вюртемберг и Северный Рейн-Вестфалия, а также в Берлине, Гамбурге и Бремене. Кроме этого, на территории Германии проживают национальные меньшинства лужицких сербов и датчан, а также этнические группы фризов, синти и рома (National minorities, minority and regional languages in Germany, 2015: 10).

«Опыт выстраивания миграционной политики послевоенной Германии противоречив» (Карачурина, 2008б: 31). Несмотря на свою долгую историю миграции Германия долгое время не признавала себя страной иммигрантов.

В немецкой научной мысли в течение XX века сменили друг друга три основные концепции интеграции иностранцев:

1. «Концепция ассимиляции – полного растворения в принимающем обществе, распространенная в конце XIX – начале XX вв.;

2. Концепция ротации гастарбайтеров 1960-1970 гг., которая основывалась на предположении, что приехавшие на заработки иностранцы вскоре покинут страну;

3. Модель этнического или культурного многообразия – мультикультурализм, предполагающий сотрудничество и сближение культур на одной общей основе» (Савоскул, 2006: URL).

В 1950-х годах переживавшая экономический бум Федеративная Республика Германия столкнулась с дефицитом рабочей силы. Внутренний рынок не удовлетворял потребности растущей экономики страны, поэтому в 1955 году ФРГ вступила в соглашение о найме работников с Италией, в 1960 году с Грецией и Испанией. В 1961 году последовал договор с Турцией, а позже с Марокко (1963), Португалией (1964), Тунисом (1965) и Югославией (1968). Первоначальный план строился на концепции ротации мигрантов, которая основывалась на предположении, что гастарбайтеры – временные работники – будут приезжать в Германию на два года, зарабатывать деньги, а затем уезжать обратно. Однако довольно скоро выяснилось, что работодателям невыгодно постоянно обучать новых рабочих, и они заинтересованы в том, чтобы мигранты оставались в Германии дольше. К 70-м годам количество трудовых мигрантов в Германии достигло 2,6 миллиона человек. Программа по приему «гастарбайтеров» прекратилась в 1973 году в связи с нефтяным кризисом и ростом безработицы, однако иностранное население Германии продолжало расти – к мигрантам приезжали их семьи, кроме этого, был высок уровень рождаемости среди мигрантов (Творогова, 2012).

Параллельно с потоком трудовой миграции в страну прибывали масштабные потоки этнических немцев. В 1953 году был принят закон, позволяющий репатриацию немцев из Восточной Европы и Советского Союза. В период с 1950 по 1975 гг. через западногерманские пограничные транзитные центры для переселенцев прошло в общей сложности 800000

этнических немецких переселенцев, а с 1976 по 1987 гг. еще 616000, в основном это были немцы из Польши и Румынии. С началом перестройки началась массовая иммиграция из СССР, в последующие годы в Германию прибыли более трех миллионов человек. В общей сложности с 1950 года в Германию эмигрировало 4,5 миллиона этнических немцев. Кроме этого, из бывших стран СССР в Германию также приезжали еврейские иммигранты, которые были приглашены последним правительством ГДР, а позднее правительством объединенной Германии (Hanewinkel, Oltmer, 2017: 3).

В 1982 году был принят Закон о предоставлении политического убежища, после чего существенно увеличилось количество ходатайствующих о предоставлении политического убежища. «С 1988 по 1993 год свыше 1,4 миллиона человек – преимущественно из восточной половины Европы, из Балканских стран и Турции – подали прошение о предоставлении им убежища» (Карачурина, 2008а: 54).

Несмотря на масштабные процессы миграции Германия долгое время не признавала себя иммиграционной страной, и ее государственная политика строилась на основе гомогенного общества. Политика Германии в отношении иностранных граждан в 70-х, 80-х, 90-х годах по большей части была сосредоточена на управлении потоками миграции – разработке ограничений и предотвращении дальнейшей иммиграции, что связано с невысоким интеграционным эффектом, серьезными проблемами с безработицей и сильными иждивенческими настроениями в среде мигрантов. Постепенно стало очевидно, что концепция ротации гастарбайтеров привела к сегрегации населения. Мигранты, приехавшие из самых разных стран мира, объединились в этнические анклавы, члены которых порой не знали немецкого языка, жили автономно, замыкаясь в общине, не участвовали в гражданской жизни общества. «Замкнутость социальной среды и жесткий контроль внутри нее не позволяют изменить привычные образцы поведения, освоить новые виды деятельности, лучше адаптироваться к жизни в другой стране и ограничивают возможности представителей данной среды» (Творогова, 2012: 18).

Первые попытки интегрировать мигрантов в общество были предприняты лишь в начале 2000-х годов. Главенствующая роль была отдана языковой политике. В 2005 году были введены бесплатные интеграционные курсы, включающие в себя занятия по немецкому языку и лекции, посвященные правовой системе, истории и культуре Германии. Кроме этого, правительством Германии были созданы консультационные центры для иммигрантов и выделено финансирование на ряд интеграционных проектов. Однако принятые меры не решили проблем, и в 2010 году канцлер Германии Ангела Меркель признала, что политика мультикультурализма в Германии провалилась (Бабич, РИА Новости, 20.10.2010: URL). Стало очевидно, что для решения межнациональных проблем необходимо трансформировать немецкий мультикультурализм.

2015 год ознаменовался самым массовым увеличением мигрантов в истории ФРГ, когда в страну иммигрировало 2,14 миллиона человек. Число просителей убежища в 2015 году стало рекордным с 1992 года, социальная напряженность достигла своего апогея, и ситуация с беженцами и мигрантами была признана кризисом (Hanewinkel, Oltmer, 2017: 3-4). Миграционный кризис – ситуация, сложившаяся в результате беспрецедентного увеличения количества мигрантов и беженцев из стран Северной Африки, Ближнего Востока и неготовности европейских стран к их распределению. Термин «кризис» был использован после серии морских катастроф с крушением и затоплением лодок на средиземноморском пути миграции. Причинами миграционного кризиса стали напряженная обстановка во множестве регионов по всему миру: войны и вооруженные конфликты в Ираке, Афганистане, Ливии, Сирии, антитеррористические операции против Исламского государства, сокращение финансирования и стремительное ухудшение условий проживания в лагерях для беженцев. Дестабилизация политики и экономики, угроза безопасности и жизни лишили людей возможности строить свою жизнь у себя на родине и подтолкнули к поиску лучшей доли в странах Европы.

Осенью 2015 года Ангела Меркель провозгласила «политику открытых дверей», открыв границу Германии для въезда беженцев с Ближнего Востока. В период с 2015 по 2016 гг. в страну прибыло около миллиона беженцев, и правительство было вынуждено принять экстренные меры. В спешке вносились различные изменения в миграционное законодательство. Не хватало ресурсов для размещения такого большого числа людей, «власти на местах были вынуждены размещать беженцев в спортивных залах при школах, переоборудованных под временное жилье для мигрантов» (Найт, Deutsche Welle, 10.05.2019: URL). 15 сентября 2015 года Германия была вынуждена пойти на введение временного пограничного контроля в связи с беспрецедентным числом мигрантов, прибывающих в страну. Стремительное увеличение миграционных потоков раскололо Евросоюз и общество Германии. Все больше стран Евросоюза отказывались поддерживать политику Германии в отношении мигрантов. Политика «открытых дверей» подверглась критике со стороны различных оппозиционных партий, уверенных, что ее продолжение приведет к ухудшению безопасности в Европе. Набрала популярность правоконсервативная партия «Альтернатива для Германии», выступающая против массовой миграции и за ужесточение правил въезда для ищущих убежища. В то же самое время в ведущих немецких СМИ активизировалась кампания, поддерживающая политику «открытых дверей». СМИ называли ее «демонстрацией лучших человеческих качеств, проявлением подлинного европейского гуманизма и зрелой толерантности» (Пименова, 2016: 200). Оптимистичный настрой в отношении перспектив интеграции беженцев в СМИ сменился обеспокоенностью после событий в Кельне – многочисленных случаев насилия по отношению к женщинам, произошедших в канун наступления 2016 года. «Неконтролируемое пересечение границ Европейского Союза беженцами открыло возможность для сотен тысяч других людей – так называемых экономических мигрантов – под видом беженцев попасть в относительно стабильную и благополучную Европу и попытаться осесть там в надежде на получение социальной и финансовой поддержки» (Вороненкова, Исланова, 2019: 499). В обществе появились серьезные опасения по поводу роста

преступности в Германии, в то же время СМИ очень ограниченно и противоречиво подавали информацию о сложившейся криминогенной ситуации в стране. Это вылилось в недовольство части немецкого общества качеством освещения миграционного кризиса в СМИ. Появились обвинения в том, что «в немецких СМИ имеет место “замалчивание новостей” и “умышленно сдержанная” подача информации» (Вороненкова, Турбин, 2019: 6).

В обществе Германии появились праворадикальные настроения, активизировалось экстремистское движение PEGIDA – Патриотические европейцы против исламизации Запада (нем. Patriotische Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes). Сторонники этого движения устраивали нападения на места размещения беженцев. Отметим, что в то же время по всей Германии проходили демонстрации против радикализации и разжигания межнациональной и межрелигиозной ненависти. Тем не менее «в 2015 году число преступлений, совершенных на почве ненависти к мигрантам, выросло вдвое по сравнению с 2014 годом» (Найт, Deutsche Welle, 10.05.2019: URL).

В начале 2016 года возросшее общественное недовольство вынудило правительство Ангелы Меркель принять новые меры, направленные на облегчение процесса депортации беженцев, осужденных за совершение преступлений. Кроме этого, количество беженцев в Германии существенно снизилось вместе с закрытием Венгрией, Македонией и Австрией нелегального «балканского маршрута».

«После выборов в Бундестаг осенью 2017 года и сложных переговоров в Германии было сформировано новое правительство, что повлекло за собой ужесточение миграционной политики» (Найт, Deutsche Welle, 10.05.2019: URL). Был расширен список стран, гражданам которых нельзя подавать заявления на убежище, была упрощена процедура депортации беженцев на родину, достигнуты договоренности с Турцией о приеме и размещении беженцев. С февраля 2017 года МВД Германии начало проводить акцию «Твоя страна, твое будущее, сейчас», предусматривающую финансовые выплаты соискателям убежища в Германии, готовым вернуться на родину. «Программа

предлагает добровольным репатриантам из ФРГ 1200 евро взрослому и 600 евро каждому ребенку в возрасте до 12 лет» (Вайден, Русская Германия, 21.11.2018: URL).

В настоящее время ситуация с беженцами в Германии начинает стабилизироваться. Продолжает снижаться число прибывающих, а текущие результаты показывают, что шансы на интеграцию беженцев возрастают: их языковые навыки значительно улучшились, а их позиции на рынке труда и в образовании укрепились. Отмечается, что интеграционные курсы и связанная с ними языковая поддержка вносят важный вклад в адаптацию беженцев (Fortschritte bei Sprache und Beschäftigung, 25.01.2019: URL).

Отметим, что сегодняшняя Германия остро нуждается в квалифицированных рабочих мигрантах. Здесь ощутима нехватка инженеров в области машиностроения и инженеров-электриков, а также специалистов в области медицины (Hanewinkel, Oltmer, 2017: 11). Неблагоприятная демографическая обстановка и неэффективность прежней системы привлечения высококвалифицированных специалистов вносят свой вклад в дефицит кадров в Германии. «К 2025 году Союз немецких работодателей прогнозирует наличие около 6,5 миллионов вакансий в стране» (Войлокова, 2013: 52). Привлекая мигрантов на работу, Германия идет по пути классических иммиграционных стран, таких как Канада, США, Австралия, таким образом, мы предполагаем, что в этнокультурной ситуации Германии будут происходить дальнейшие существенные изменения.

2.2. Русскоговорящие в этнокультурном пространстве современной Германии

Германия является страной с самым большим русскоговорящим населением в Европе. Всего по разным оценкам в Германии проживает от 3,5 до 4,5 миллионов русскоговорящих. Современный состав русскоязычного населения Германии включает представителей нескольких групп: «российских немцев», «русскоязычных евреев», «остальных русскоговорящих».

Термином «российские немцы» обозначаются этнические немцы, чьи предки переехали в Российскую империю с германских территорий в XVIII веке благодаря проводившейся тогда миграционной политике. «Закон о делах перемещенных лиц и беженцев» от 1953 года, принятый правительством ФРГ в качестве компенсации за страдания этнических немцев, связанные с депортацией и дискриминацией в советское время по национальному признаку, предоставляет представителям этой группы право на репатриацию в Германию.

Еврейская линия эмиграции в Германию до 2005 года регулировалась законом о контингентных беженцах, подготовленным правительством ГДР в качестве компенсации за военные преступления против еврейского народа. С 2005 года эмигрирующим по еврейской линии необходимо доказывать наличие высокого интеграционного потенциала – учитываются возраст, образование, опыт работы, знание иностранных языков, наличие родственников в Германии.

Русскоговорящая часть населения современной Германии сформировалась в результате третьей (1950-1986 гг.) и по большей части четвертой волн эмиграции (1986 – по настоящее время). Сначала доминировала еврейская эмиграция, став особенно массовой в середине 50-х годов. Отъезд советских немцев в те годы был ограничен из-за преград со стороны советского государства. Ситуация изменилась в 80-х годах, когда в результате ухудшения политики советских властей по отношению к выезду евреев из страны еврейская эмиграция уступила лидерство эмиграции советских немцев.

С внесением изменений в закон «О въезде и выезде» от 28 августа 1986 года и либерализацией законодательства СССР началась массовая волна выезда российских немцев в Германию. «С 1987 по 1990 гг. количество переселенцев выросло в 5 раз, отъезд в период с 1992 по 1995 гг. был пиковым, превысив 213000 выезжающих в год. С 1990 по 1999 гг. в Германию въехало более двух миллионов “российских немцев”» (Савоскул, 2006б: URL).

Для выравнивания миграционной нагрузки с 1996 года был принят указ о принудительном расселении поздних переселенцев в определенные земли Германии. Для того чтобы получать пособие в первые три года пребывания в

Германии, они обязаны были проживать в указанном месте. Правительством Германии был введен ряд мер по ограничению количества переселенцев: введены квоты приема, появилось требование обязательного знания немецкого языка (Dietz, 1999: 6). Ужесточение условий переселения привело к некоторому спаду русскоязычной эмиграции в Германию, однако с 2013 года с принятием правительством Германии поправок к закону о переселенцах, облегчающих условия приема и дающих возможность переселиться в Германию лицам, которым ранее в этом было отказано, число переселенцев в Германию вновь растет. В настоящее время в Германии насчитывается примерно 3,2 миллиона «российских немцев» вместе с членами семьи.

«Российским немцам» предоставляются самые широкие права из всех русскоязычных иммигрантов – им доступна ускоренная процедура получения гражданства, социальное жилье, выплата пособия, оплата страховых услуг, бесплатный интеграционный курс, включающий изучение немецкого и основ правовой системы, культуры и истории Германии, бесплатное изменение имени, признание трудового стажа, полученного в стране, из которой они переехали. Эти же права предоставляются членам их семей.

Численность русскоязычных евреев оценивается в 250 тысяч человек. В отличие от «российских немцев» еврейские иммигранты получают не гражданство, а вид на жительство, однако для них также действуют специальные программы по интеграции – бесплатные языковые курсы и курсы профессиональной переподготовки, они получают социальную помощь и разрешение на работу (Войлокова, 2011).

Оставшиеся русскоговорящие могут быть разделены на множество разных групп, среди которых владеющие русским языком выходцы из стран бывшего СССР и других стран ненемецкой национальности; въехавшие для заключения брака с гражданами Германии, а также с теми, кто проживает в Германии, но не имеет ее гражданства; ученые; дипломаты; студенты; предприниматели; работающие по временным рабочим контрактам; молодые люди от 18 до 27 лет, приехавшие работать по программе «О-пэр» (франц. Au

pair) – проживать в немецкой семье, занимаясь уходом за детьми и изучением немецкого языка; соискатели политического убежища; мигранты, находящиеся в Германии нелегально.

Причины эмиграции этих групп русскоязычных (за исключением переехавших по семейным причинам для воссоединения с семьей или заключения брака и приехавших с целью получения образования студентов) в основном экономические, несмотря на то что они не получают никакой социальной помощи от правительства Германии.

Отмеченные выше группы в полной мере демонстрируют многонациональность и разнородность русскоязычного населения Германии, различающегося по времени и основаниям для эмиграции, юридическому статусу, и, следовательно, имеющимся правам и обязанностям, однако разделение существует и внутри самих групп. Существенно различается социальный статус членов русскоязычной части населения Германии, а, следовательно, и степень интеграции в принимающее общество.

Савоскул М.С. рассматривает особенности адаптации поздних переселенцев, переехавших в Германию в возрасте старше 20 лет и еще не вышедших на пенсию, и выделяет три группы переселенцев в соответствии с имевшимся у них на момент переезда социальным статусом: высоким, средним или низким.

Переселенцы, обладавшие достаточно высоким социальным статусом в стране, из которой они переехали в Германию – это сравнительно небольшая по численности группа. Как правило, это жители больших городов, имеющие высшее образование. При переезде в Германию их социальный статус может сохраниться, незначительно снизиться или снизиться существенно. Одной из существенных проблем, с которыми столкнулись переселенцы в Германии – это признание дипломов. «По данным последнего исследования Федерального ведомства по делам мигрантов и беженцев Германии, дипломы лишь 20% поздних переселенцев были признаны действительными» (Мячина, OpenDemocracy, 24.01.2018: URL). Некоторым переселенцам, имевшим на

родине высокий социальный статус, не удается найти работу, соответствующую их уровню образования, поэтому они устраиваются работать в детский сад, секретарями, продавцами. У переселенцев предпенсионного возраста, которым уже сложно освоить новую профессию, социальный статус может снизиться значительно, они вынуждены браться за низкоквалифицированную работу сиделок, нянь, заниматься уборкой или получать социальную помощь.

Переселенцы со средним социальным статусом составляют наиболее многочисленную группу переселенцев. В основном это строители, медсестры, квалифицированные рабочие. Чаще всего они не могут подтвердить свою квалификацию в Германии и получают там новое образование. Достаточно большая часть представителей этой группы живет на социальное пособие или работает низкоквалифицированным обслуживающим персоналом.

Относительно немногочисленной, но самой нестабильной в социальном отношении группой являются переселенцы, обладавшие на родине низким социальным статусом. Это переселенцы, имеющие «невостребованные в Германии профессии, такие как доярки, зоотехники. Представители этой группы либо получают в Германии новую профессию, либо работают на различных временных работах, а также нелегально. Часть из них получает социальное пособие или пособие по безработице» (Савоскул, 2016б: URL).

Различия также существуют между старшими и младшими поколениями эмигрантов. Они связаны, прежде всего, «с потерей традиционных статусных ролей, приобретенных старшим поколением в СССР», и более сложной адаптацией старшего поколения к новой среде. «Быстрая языковая и социальная адаптация подростков приводит к их более основательной социальной компетенции, превосходящей знания и опыт родителей». Для старшего поколения русскоязычных эмигрантов из СССР и РФ важными остаются воспоминания о трагическом прошлом, связанным с депортацией, дискриминацией по национальному признаку, в то время как для молодежи этот опыт уже не является актуальным (Вершинин, 2011: 60).

Однако проблемы с адаптацией отмечаются и среди молодежи. «Исследования эконометрического характера показывают, что чем позже человек переехал в Германию, тем больше вероятность того, что он не получит полного среднего образования. То же касается и детей из многодетных семей “поздних переселенцев”. Интеграция детей “этнических немцев” в систему образования ФРГ проходит неидеально. Причина заключается как в самой запутанной конструкции среднего образования, совершенно чуждой нашим бывшим согражданам, так и в ряде других социальных и экономических факторов» (Барковский, Шилов, 2011: 69).

Разнятся и стратегии поведения русскоязычных после эмиграции. Одни настроены на полную ассимиляцию – тотальное растворение в принимающем обществе, и «чтобы занять достойное место в новом для них обществе сознательно отстраняются от “советского” и “российского” прошлого» (Савоскул, 2016а: URL), отказываются от русского языка даже в общении в кругу семьи, не желают учить русскому языку детей и внуков. «Прибывая в Германию, чтобы жить “как немцы среди немцев”, представители данной группы часто изменяют имена и фамилии на немецкий лад» (Базанов, 2013: 87). Дети таких переселенцев уже полностью ассимилированы в германском обществе и ощущают себя немцами. Представители этой группы «живут достаточно изолированно от тех своих соотечественников, которые переехали в течение последнего десятилетия в Германию. Часто они даже встают в явную оппозицию к поздним переселенцам, полагая, что те создают невыгодный для них образ российского немца» (Савоскул, 2006б: URL).

Другие рассматривают свою принадлежность к двум культурам как преимущество, ощущают себя «российскими немцами», растят своих детей в двух культурах, сохраняя у них знание русского языка.

Третьи, чаще всего из-за плохого знания немецкого, не хотят или не могут ассимилироваться, испытывают кризис идентичности. Трудности в освоении языка ведут за собой трудности в поиске работы, замыкание в собственном сообществе, акцентирование различий в жизненных установках

и ценностях с принимающим сообществом и, как следствие, формирование негативного образа коренных немцев.

Именно среди представителей второй и третьей групп российских немцев наиболее высок процент пользования русскоязычными структурами – «русскими» магазинами, русскоязычными газетами, посредническими услугами русскоязычных фирм (Савоскул, 2006б: URL).

Переселенцы, уезжавшие в Германию в середине 90-х и в 2000-х годах, имели довольно слабую языковую компетенцию. До 80% русскоязычных мигрантов на момент эмиграции в недостаточной степени или вообще не владели немецким языком, более половины поздних переселенцев в 2000 году не смогли справиться с простым языковым тестом. Недостаточная языковая компетенция приводила к сложностям с поиском работы, поэтому многие представители среднего и старшего поколения остались без работы и довольствовались социальным пособием (Беленчиков, 2006: URL). «С 1 января 2005 года знание основ немецкого языка стало одним из основных критериев переселения по программе “поздних переселенцев”». «Таким образом, внутри массива четвертой волны переселенцев существуют, с одной стороны, мигранты, для которых ввиду возрастных и иных обстоятельств освоение немецкого языка представляется проблематичным, с другой стороны, появляются мигранты, в которых представители местного населения не замечают инаковости» (Базанов, 2013: 86, 90).

Несмотря на показанные выше существенные отличия «российских немцев», евреев, других русскоязычных друг от друга, в представлении коренных немцев все эти группы смешиваются в единую группу «русских», «так как они говорят и одеваются “по-русски”, едят “русскую” пищу, оставаясь в кругу этнических коммуникативных сетей» (Дариева, 2011: 235). Дариева Ц. обращает внимание на существующие центробежные силы между переселенцами и коренными немцами. После переезда переселенцы неожиданно для себя испытали отчуждение от принимающего сообщества. «В

России им мешала жить их “немецкость”, в Германии мешает “русскость”» (Гусейнов, 2005: URL).

С 90-х годов XX века в бульварной немецкоязычной прессе и бытовом дискурсе немцев сложился образ русскоязычных «как типичных экономических мигрантов и иностранцев на их собственной родине» (Дариева 2011: 235). Главный редактор русскоязычного телеканала «Русская волна» в Дюссельдорфе Гербер А. отмечает, что «во всех немецких СМИ внутренней русской темой была исключительно связанная с распространением наркотических веществ криминальность “поздних переселенцев” – казахстанских немцев, воспринимаемых как “русские” (Гербер, 2011: 493); «русские» в СМИ «чаще мелькали как угрюмые хулиганы с проблемами с алкоголем» (Байтцер, Süddeutsche Zeitung, 2017: URL). «Русская печать в Германии постоянно жалуется на преобладание негативных публикаций о переселенцах из СССР» (Гусейнов, 2005: URL). Частотны упоминания выходцев из бывшего СССР и стран Восточной Европы в контексте мошенничества. Все это создает вокруг русскоязычной части населения Германии неблагоприятный информационный фон, к которому добавляется негативное освещение российской внутренней и внешней политики в немецких СМИ (Вороненкова, 2016). «Неприятие процессов, происходящих в России как правопреемнице Советского Союза, переносится и на переселенцев из республик бывшего СССР, выступая обоснованием для конфликта ценностей и развития представлений о “русских” как внутренних “чужих”» (Смолярова 2014б: 129).

Объективные характеристики, разделяющие русскоязычных мигрантов Германии, такие как национальность, время и мотивы переезда, юридический и социальный статусы, возраст, знание немецкого языка, географическая дистанция в расселении на территории Германии объясняют разобщенность русскоговорящих и отсутствие единой позиции в отношении многих вопросов.

Есть переселенцы, «настроенные по отношению к России критичнее любого немца», например, российские немцы, подвергавшиеся

дискриминации, чрезвычайно критически относятся к бывшему Советскому Союзу. Различия в оценке ситуации между поколениями российских немцев выявились по вопросу присоединения Крыма: «Крымский кризис стал темой, которую никто не мог игнорировать. Тогда между собой столкнулись несовместимые взгляды на мир» (Байтцер, Süddeutsche Zeitung, 16.08.2017: URL). Различна и оценка русскоговорящими миграционной политики Германии. При этом стоит отметить, что российские немцы никогда не являлись активной в политическом отношении социальной группой (Вершинин, 2011: 63), тем неожиданнее стали стихийные выступления российских немцев в разных городах Германии после распространения, как оказалось впоследствии, фейковой новости об изнасиловании беженцами девочки Лизы русского происхождения (Мельникова, Куприянов, Lenta.ru, 21.01.2016: URL). Миграционный кризис политизировал русскоязычных немцев, наружу вышло не афишируемое ранее недовольство политикой Германии в отношении беженцев и разочарование в немецких СМИ, необъективно, по мнению переселенцев, освещающих ситуацию в стране.

В личных беседах с переселенцами М.С. Савоскул выяснила следующие возможные причины негативного отношения некоторой части русскоязычных переселенцев к мигрантам из стран Африки и Ближнего Востока:

1. Консерватизм переселенцев, контрастирующий с характерной для коренных немцев установкой на толерантность;

2. Более низкий уровень образования части переселенцев, связанный с ограничениями на получение высшего образования для немцев СССР;

3. Коллективно-семейный характер иммиграции, способствующий перенесению сложившихся привычек и практик поведения в новые условия проживания и их передаче молодому поколению;

4. Огромные усилия, приложенные переселенцами для интеграции, самостоятельное преодоление трудностей в новой стране, стремление стать «настоящим немцем» вплоть до отказа от своего советского и российского

прошлого, и отсюда обида на мигрантов и беженцев, в представлении части русскоязычных переселенцев получающих все без особого труда;

5. Личный опыт столкновения с этническими противоречиями в странах происхождения (Казахстане, Узбекистане) в период распада СССР и боязнь повторения подобного в Германии;

6. Влияние СМИ, в том числе российских (Савоскул, 2016б: URL).

Что касается еврейских эмигрантов, то негативное отношение к мигрантам из стран Африки и Ближнего Востока у них связано с опасением роста антисемитизма в Германии.

Отметим, что в целом русскоговорящее население Германии является довольно пассивным, инертным в политическом отношении. «Немцы из России, в частности из республик бывшего Советского союза, считаются хорошо интегрированными в Германии. Однако в отношении участия в политической жизни, а также в восприятии этой группы политиками они стоят в самом начале пути» (Головина, Новые земляки, № 9, 2018: 9). Многие русскоговорящие, «прожив более 10-15 лет в Германии, являясь гражданами ФРГ, до миграционного кризиса и возникновения противоречий между Россией и странами Евросоюза не думали, что им придется выбирать чью-то сторону». Некоторые русскоговорящие Германии в силу «целого набора различных социокультурных, психологических факторов становятся активными защитниками российской позиции, высказывая по отношению к мигрантам мнение российских СМИ» (Савоскул, 2016б: 682).

О влиянии на русскоговорящих переселенцев российских СМИ, их недоверии к СМИ Германии, а также некой зависти, обиде русскоязычных на беженцев из стран Ближнего Востока активно писали немецкоязычные СМИ. «На немецком телевидении, по их мнению, также многое замалчивается. В определенной мере доверие русских немцев к немецким средствам массовой информации в ходе украинского кризиса снизилось, тогда как отношение к российским телеканалам и российским сайтам в социальных сетях, судя по всему, вновь улучшилось» (Зольдт, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2016: URL).

Кроме этого, у некоторых русскоязычных переселенцев, испытывающих проблемы с невозможностью перевезти своих родственников в Германию, создалось впечатление, что сирийским беженцам «легче забрать семью. Как следствие, зависть и непонимание. Остается только чувство, что другая, к тому же еще и мусульманская группа в Германии желаннее» (Байтцер, Süddeutsche Zeitung, 2017: URL).

Таким образом, русскоговорящие Германии представляют собой многонациональную гетерогенную группу, не связанную между собой тесными контактами. Разумеется, их объединяет русский язык, приобщенность к советской и постсоветской культуре, наличие общих для иммигрантов трудностей и проблем, требующих решения, однако они обладают разными юридическим и социальным статусами, менталитетом, языковой компетенцией, по-разному интегрированы в немецкое общество. Неактивность, труднодостижимость русскоязычных в Германии для политических партий, их пассивность, инертность затрудняют изучение мнений и представлений этой части населения страны. Тем не менее в последние годы наблюдается тенденция к консолидации, проявляющаяся в проведении различных встреч, форумов, конференций соотечественников, развитии интернет-коммуникации, увеличении количества русскоязычной прессы. «Современная этническая пресса – довольно информативный источник для исследования жизни этнических сообществ и диаспор» (Малькова, 2011: 44), поэтому анализ русскоязычных СМИ может помочь лучше понять настроения этой части общества Германии.

2.3. Типологические характеристики современной русскоязычной прессы Германии

Разнообразие русскоговорящего населения Германии отражается в структуре выходящих здесь русскоязычных СМИ. В настоящее время на рынке существует около пятидесяти различных печатных изданий на русском

языке, дифференцированных по целям и задачам, географии распространения, жанровой и тематической направленности, целевым аудиториям.

Типология русскоязычной прессы Германии составлена нами на основе материалов Онлайн-библиотеки русскоязычной прессы Германии, где на 2019 год представлено 50 изданий на русском языке, и хотя в базе данных указанного ресурса содержатся не все издания, выходящие на русском языке, тем не менее она достаточно адекватно отражает существующий русскоязычный сегмент прессы Германии. Кроме этого, здесь также содержится архив более не обновляемых изданий, включающий 74 издания, что отражает постоянные изменения в русскоязычном сегменте прессы Германии. Под влиянием экономического кризиса и целого ряда других факторов выпуск части русскоязычных изданий перестает быть рентабельным и прекращается.

Изменения происходят и на рынке надрегиональной русскоязычной прессы. В 2013 году с рынка ушло одно из самых крупных и заметных издательств «Вернер Медиа Групп» (Werner Media Group), в результате чего перестали выходить такие издания, как «Европа-Экспресс», «Берлинская газета», «Еврейская газета».

Проанализируем структуру русскоязычного печатного рынка Германии в соответствии с основными типологическими характеристиками (Приложение 1). В структуре русскоязычных СМИ Германии можно выделить надрегиональные, региональные и локальные издания, универсальную и специализированную прессу, платные и бесплатные издания. Существуют издания, выпускаемые крупными издательскими домами, издания, выпускаемые меньшими по размеру региональными издательствами, издания культурных и общественных объединений, а также издания, «издаваемые и редактируемые несколькими людьми, для которых журналистская деятельность не является центральным источником прибыли или профессией» (Смолярова, 2014б: 132). Эти СМИ в основном распространяются бесплатно и финансируются за счет рекламы. Издательство подобных газет и журналов позволяет их владельцам иметь официальное занятие для властей Германии и

развивать свой основной бизнес – туристические агентства, юридические фирмы, сервисы бронирования билетов, книжные издательства.

Исследователь В.А. Куренной разделяет русскоязычную прессу Германии на этнически и культурно ориентированную. Этнически ориентированная пресса предназначена для узких целевых групп, выделяемых по этническому признаку: российских немцев-переселенцев, еврейских эмигрантов. Культурно ориентированная пресса предназначена для обширной многонациональной группы русскоговорящих Германии. Кроме этого, русскоязычные СМИ Германии можно разделить на информационно-самостоятельные, имеющие собственные каналы информации, и информационно-несамостоятельные издания, заимствующие информацию из СМИ стран постсоветского пространства или печатающие переводы статей из немецкоязычных СМИ (Куренной, 2006: URL).

По частоте выхода выделяются еженедельные, ежемесячные, выходящие раз в два месяца, ежеквартальные издания. Большая часть изданий выходит один раз в месяц, еженедельными газетами на 2019 год являются «Русская Германия» и «МК-Германия».

Газета «Русская Германия» является одним из старейших русскоязычных изданий в Германии. Выпускается издательством «Релайн Ньюмедиа» (Reline Newmedia GmbH) с 1996 года. Это универсальное издание, ориентированное на всех эмигрантов из стран бывшего СССР, а также немцев, читающих по-русски. Распространяется по всей территории Германии по подписке и в розницу. Тираж издания составляет 70000 экземпляров. Для федеральных земель с самым большим русскоязычным населением предусмотрены специальные региональные форматы «Русский Берлин» и «Рейнская газета». Издательство «Релайн Ньюмедиа» входит в медиагруппу «Русмедиа», также выпускающую журнал «Рецепты здоровья».

Издательский дом «МК-Германия» выпускает еженедельную газету «МК-Германия» (35000 экземпляров), ежемесячную газету «МК-Соотечественник» (120000 экземпляров), журнал My city, выходящий каждые два месяца (10000

экземпляров), ежеквартальные региональные глянцевые журналы Life in Bayern (12000 экземпляров), Life in Berlin (14000 экземпляров), Life in Rhein-Main (14000 экземпляров).

«МК-Германия» – надрегиональная еженедельная газета для русскоязычных соотечественников и туристов. На страницах издания рассказывается о текущих политических и культурных событиях в ФРГ, Европе, России и странах СНГ, публикуются эксклюзивные интервью, новости шоу-бизнеса. Редакция газеты сотрудничает с дипломатическими представительствами Российской Федерации и стран СНГ в Германии и Торгово-промышленной палатой Российской Федерации.

«МК-Соотечественник» – региональная ежемесячная газета с глянцевой обложкой, главной целью которой является создание коммуникационной платформы для русскоязычных сограждан. Создана в 2009 году специально для поддержки русскоговорящих, проживающих за рубежом. «МК-Соотечественник» является официальным партнером общегерманского Координационного Совета российских соотечественников, редакция издания сотрудничает с дипломатическими представительствами Российской Федерации и стран СНГ в Германии.

Журнал My city ориентирован на аудиторию от 21 до 40 лет, освещает вопросы построения карьеры, текущие события в регионе, публикует фоторепортажи со светских мероприятий, новости музыкальной индустрии и кино.

Глянцевые региональные журналы Life in Bayern, Life in Berlin, Life in Rhein-Main, издаваемые в Баварии, Берлине и Франкфурте соответственно, освещают события светской жизни – модные показы, рауты, скачки, церемонии вручения различных премий, презентации книг, благотворительные аукционы, рассказывают о моде и стиле, дизайне интерьера, путешествиях, печатают афиши спектаклей, концертов, анонсируют фестивали, ярмарки, художественные выставки, печатают эксклюзивные интервью с бизнесменами, режиссерами, деятелями искусства, рекламируют предметы роскоши. Целевая аудитория – русскоязычное высшее

общество, бизнес-элита. Журналы распространяются в бизнес-залах аэропортов, пятизвездочных отелях, ресторанах, казино, в теннисных и гольф-клубах, ювелирных магазинах, спа-центрах.

В Дортмунде с 1997 года издательский дом «Партнер» (Partner MedienHaus GmbH & Co. KG) издает ежемесячный цветной журнал «Партнер». Тираж издания составляет 18000 экземпляров, объем от 100 до 116 страниц. Распространяется по всей Германии по подписке, в розницу и бесплатно для рекламодателей. Читательская аудитория состоит из русскоговорящих жителей Германии всех возрастных групп, переехавших из России, Украины, Казахстана и других стран бывшего СССР. Структура издания включает в себя такие разделы, как «Новости», «Политика и экономика», «Полезная информация», «Работа», «Здоровье», «Семья и школа», «Техника и наука», «Криминал», «Услуги», «Общество», «История», «Путешествия», «Культура», «Досуг», «Реклама».

Издательский дом ЛТЦ Медиа Ферлаг (LTC Media Verlag), основанный в 2002 году во Франкфурте-на-Майне, издает ежемесячный иллюстрированный журнал «Нойе Цайтен» (Neue Zeiten), газету «Карьера», женский журнал «Блеск», журнал о туризме для профессионалов «Русский вояж».

Журнал Neue Zeiten, издаваемый тиражом 20000 экземпляров, освещает общественные и политические события как Германии, так и других стран. На страницах журнала можно найти новости политики, экономики, общественной жизни, культуры, спорта, статьи о новых технологиях и здоровье. Журнал ориентирован как на русскоговорящее население Германии, так и на туристов.

Ежемесячная газета «Карьера» освещает ситуацию на рынка труда, а также вопросы экономики и бизнеса. Публикуются вакансии, различная информации для работников и работодателей, советы потребителям, освещаются события культурной жизни Германии.

Женский журнал «Блеск» категории «люкс» рассказывает о стиле и красоте, карьере и отдыхе, путешествиях и здоровом образе жизни. Тираж издания составляет 35000 экземпляров, периодичность выхода – 4 раза в год.

Специализированный журнал «Русский Вояж», выпускаемый тиражом 5000 экземпляров, рассчитан на основных участников рынка среди «русских» туристических бюро и фирм Германии, предпринимателей в области туризма. Журнал знакомит читателей с новыми тенденциями в сфере туризма, способствует развитию профессиональных навыков.

Информационно-издательское агентство «Рубикон Медиа» в Бонне выпускает ежемесячные региональные издания: «Телеграф NRW», «Рейнское время», «Слово и дело».

Газета «Телеграф NRW» выходит тиражом 30000 экземпляров, освещает новости Германии, земельные новости Северного Рейна-Вестфалии, в рубрике «Территория СССР» освещаются новости постсоветского пространства – России, Украины, Казахстана, в рубрике «Имею право!» обсуждаются изменения в законодательстве, рассматриваются решения суда по различным делам, в рубрике «Криминальная хроника» рассказывается о преступлениях, совершенных на территории Северного Рейна-Вестфалии. Также среди постоянных рубрик – «Полезно знать», «Здоровье», «Личные деньги», «Четыре колеса» об автомобилях, «Бульвар» о жизни звезд, гороскоп, частные объявления, реклама.

Ежемесячное региональное издание «Рейнское время» выходит с 2004 года тиражом 12000 экземпляров. Журнал освещает события, происходящие в Германии и регионе Северный Рейн-Вестфалия. Распространяется платно по подписке и бесплатно в русских магазинах, общественных организациях. Среди постоянных рубрик «События и факты» о новостях Германии, «Решение месяца» об изменениях в законах, «Информбюро», «Экономика», «Человек и закон» с ответами адвоката на вопросы читателей, «Полезная информация», «Вояж», «Объявления и реклама», «Здоровье», «Закладки в Интернете» с ссылками на полезные сайты, «Общество», «Полиглот», «Монитор», «Криминал», «За рулем», «Клуб путешествий», «Психология», «На досуге». В рубрике «Немецкий шутя» читателям предлагаются современные анекдоты, фразы, разговорные обороты на немецком языке. Каждый анекдот сопровождается подсказками –

дословным переводом на русский язык и лексико-грамматическим комментарием. Часть материалов газет «Рейнское время» и «Телеграф NRW» готовится по обзорам немецкой прессы, СМИ стран СНГ, материалам новостных сайтов.

Газета «Слово и дело» выходит с 2001 года тиражом 15000 экземпляров и предлагает справочную и полезную информацию для русскоговорящих переселенцев и иммигрантов. Распространяется бесплатно в различных городах региона Северный Рейн-Вестфалия в «русских» магазинах, туристических агентствах. Газета освещает деятельность «Русского центра» – добровольного объединения общественных организаций и фирм, предлагающих широкий спектр услуг русскоязычным жителям Германии, среди которых консультационная помощь, разъяснение официальных писем, помощь в интеграции. Кроме этого, печатаются изменения в законодательстве, советы о здоровье, криминальные новости, автомобильные новости, частные объявления.

Издательство Vela Verlag выпускает ежемесячную цветную газету «Кругозор» с постоянным приложением «Мое здоровье».

С 2002 года выходит бесплатная рекламно-информационная газета «Вести» тиражом 95000 экземпляров. Издание распространяется в Ганновере, землях Рейнланд-Пфальц и Саарланд, основную аудиторию составляют работающие семейные люди от 30 до 65 лет. Среди постоянных рубрик «Страна и мир», «Наше интервью», «Германия», «Наши в городе», «Климат семьи», «Современный детектив», «Литературные вести», «Одна минута немецкого», «На досуге», объявления.

«Мост» – ежемесячная газета общественной организации «Лейпциг – мост культур». Издание выходит с 2006 года тиражом 2500 экземпляров. Цель работы организации – поддержка иммигрантов из России и стран бывшего СССР, установление культурных связей между странами. Важным направлением деятельности объединения является работа с молодежью и детьми.

Женская пресса представлена журналами «Светлана в Германии», «Катюша», Woman’s life. Журнал «Светлана в Германии» издается с 2014 года в Баварии и распространяется в Аугсбурге, Мюнхене, Дрездене, Гамбурге. Журнал Woman’s life издается ежемесячно с 2018 года тиражом 40000 экземпляров, освещает актуальные тенденции и секреты жизни женщин. Печатаются интервью с русскоязычными женщинами и мужчинами, добившимися успеха в Германии, материалы о воспитании детей, о женственности, здоровье, красоте, отношениях. Распространяется в розницу в «русских» магазинах, на железнодорожных вокзалах, в аэропортах, печатных киосках, медицинских центрах, салонах красоты, «русских» барах, кафе, дискотеках, а также по подписке.

Рекламное агентство ALED с 2008 года издает рекламно-информационную газету «Наше время», где размещаются материалы о политике, психологии, новости о здоровье, новинках автопрома, печатаются кроссворды, судоку, анекдоты, головоломки. Распространяется бесплатно в «русских» магазинах, туристических агентствах, туристических автобусах, совершающих экскурсионные туры по Европе, в терминалах аэропортов, в филиалах сети ресторанов быстрого питания Burger King.

Кроме универсальных изданий, ориентированных на широкий круг русскоязычных читателей, в Германии выходят «этнически ориентированные издания», предназначенные для отдельных этнических групп: немцев-переселенцев и еврейских эмигрантов (Куренной, 2006: URL).

«Новые земляки» – ежемесячная этнически ориентированная газета, рассчитанная на старшее поколение русскоговорящих немцев-переселенцев. Издание выходит с 2013 года. Газета пришла на смену издававшемуся ранее изданию «Земляки», сохранив традиции в освещении событий. Распространяется по подписке на всей территории Германии. Тираж газеты – 12000 экземпляров. Издание стремится сохранить воспоминания о немцах, депортированных в советское время, поддерживает инициативы общественного движения российских немцев, творческую деятельность

литературных и культурных организаций. На страницах газеты также находится место для новостей и политической аналитики.

Издательство «Джуиш Берлин Онлайн» (J. B. O. Jewish Berlin Online GmbH) выпускает ежемесячную независимую этнически ориентированную газету «Еврейская панорама». Целевой аудиторией издания являются русскоязычные евреи, а также те, кто интересуется еврейской историей и культурой. Издание выходит в Берлине с 2014 года, распространяется по подписке по всему миру, а также в розницу в Германии, Австрии, Швейцарии и Италии. Тираж газеты составляет 6000 экземпляров. На страницах издания проводится анализ политических, экономических событий Израиля, Германии, США, стран постсоветского пространства, освещается жизнь еврейской диаспоры в Германии и других странах мира. Информационными партнерами издания являются Издательский дом «Новости недели», еженедельник «Секрет», журнал Географического общества Израиля «ИсраГео», Издательский дом «Континент», газета «Хадашот».

Газета «Переселенческий вестник» издается с 2006 года, выходит ежемесячно, ориентирована на российских немцев. Газета является печатным изданием клуба предпринимателей DAR – «Немцы из России» (Deutsche aus Russland), которое организовано при Обществе немцев из России в Гамбурге.

В различных городах Германии выходят издания, выпускаемые организациями небольшого размера, например, «Русский Штутгарт», «Афиша в Аугсбурге», «У нас в Гамбурге», «У нас в Баварии», «Мюнхен-сити».

Рекламно-информационное ежемесячное издание «У нас в Гамбурге» выходит с 2000 года, рассчитано на широкий круг читателей. Распространяется бесплатно тиражом 10000 экземпляров. Аудитории предлагается справочная и потребительская информация, исторические материалы, анонсы мероприятий, афиша концертов и спектаклей. Уделяется внимание освещению культурной жизни русскоговорящего населения Гамбурга, печатаются отчеты о проведенных мероприятиях.

Ежемесячный журнал «У нас в Баварии» выходит с 2010 года тиражом 10000 экземпляров и распространяется во всех крупных баварских городах: Мюнхене, Нюрнберге, Аугсбурге, Розенхайме, Ингольштадте, а также в других населенных пунктах с большим процентом русскоговорящего населения. Журнал распространяется в целом ряде мест, где высок процент говорящих на русском языке – в интеграционных, образовательных и культурных центрах, консульствах стран постсоветского пространства, русских магазинах, частных и государственных клиниках, адвокатских конторах, туристических бюро, отделах страховых компаний, греко-католических храмах и синагогах. Издание ориентировано как на живущих в Баварии, так и на многочисленных туристов. Издание можно найти в аэропорту Мюнхена, в информационных отделах аутлетов, отелях, ресторанах, магазинах деликатесов. С 2017 года журнал стал четыре раза в год выходить на двух языка – русском и немецком. Редакция называет издание «настоящим мостом внутри баварского общества, которое становится все более мультикультурным» (Сайт журнала «У нас в Баварии»: URL). Кроме этого, журнал является организатором многочисленных культурных событий, деловых встреч, информационных мероприятий.

Таким образом, русскоязычная пресса Германии имеет дифференцированный характер: ориентирована на разные целевые аудитории, имеет разную тематическую направленность, разные регионы и способы распространения. Выходят универсальные («МК-Германия») и специализированные (этнически ориентированные («Новые земляки», «Еврейская панорама»), женские («Светлана в Германии»), профессиональные («Русский вояж»)) издания, качественные информационно-аналитические («Русская Германия») и бульварные («Вести») издания. Существуют издания, которые распространяются по всей Германии («Партнер»), в одном или нескольких регионах («У нас в Баварии»), а также в одном городе («Русский Штутгарт») платно и бесплатно, в розницу и по подписке, в местах, где высок процент говорящих на русском. Издания также ориентированы на аудиторию с

различными покупательскими способностями: выходят журналы категории «люкс», рекламирующие предметы роскоши: Life in Bayern, Life in Berlin, Life in Rhein-Main издательского дома «МК-Германия», журнал «Блеск» издательского дома «ЛТЦ Ферлаг». На 2019 год русскоязычная пресса Германии представлена по большей части ежемесячными изданиями. Часть рекламно-информационных изданий выходит раз в два месяца или ежеквартально.

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

На основании проведенных интервью с редакторами русскоязычных изданий в Германии Смолярова А.С. отмечает взаимозависимость формата издания и выполняемых им функций. Так, редакции, заявляющие своей целью получение прибыли («Закон и люди», «У нас в Баварии»), активнее реализуют интеграционный потенциал, в то время как редакции, ориентированные на выполнение социальной миссии («МК-Германия»), в большей степени придают значение вопросам сохранения культурной самобытности (Смолярова, 2014б: 173).

Лингвисты обращают внимание на лексические, графические особенности, отличающие русскоязычные газеты Германии от российских изданий. Особенностью графического оформления русскоязычных газет Германии является присутствие латинской графики. Транслитерируются русские слова в адресах сайтов (www.semljaki.de), в именах собственных (Kartina TV), информация может дублироваться на немецком и русском языках, кроме этого, языковой код может переключаться в пределах одного текста без дублирования информации.

Характерной особенностью русскоязычных газет Германии является наличие заимствований из немецкого языка. Заимствованные лексемы могут передаваться средствами латинской графики: *Parkplatz* (парковочное место), иногда с добавлением русского окончания: *отказ по Sprachtest-у* (языковому тесту), *гулять по Weihnachtsmarkt-у* (рождественскому рынку); транслитерироваться или передаваться средствами русской графики и изменяться в соответствии с правилами русского языка, демонстрируя освоенность принимающим языком, например, *хайм* (приемный пункт для мигрантов), *аусзидлер* (переселенец), *азюлянт* (беженец), *фломаркт* (блошиный рынок), а также образовываться при помощи калькирования: *касса* (в значении кредитного учреждения, например, пенсионная касса), *бюро* (офис, кабинет) (Менг, Шовгенин, 2006).

Другая тенденция связана с актуализацией групп лексики, выражающих дихотомию «свой – чужой». «Свое» может передаваться с помощью употребления местоимения «наш», этнонимов «российский», «русский»; прилагательных «русскоговорящий», «русскоязычный». Разнообразны лексические способы самопрезентации через самоименование: «переселенцы», «земляки», «соотечественники», «аусзидлеры». Частотно употребление лексических групп, актуализирующих оппозицию «свой – чужой», что связывается исследователями с поиском национальной идентичности в новых географических, политических и социальных условиях. Кроме этого, лингвистами отмечается частотное нарушение норм русского языка на разных уровнях языковой системы (Оглезнева, Иценко, 2018).

Исследователи выделяют следующие задачи русскоязычной прессы, выходящей за рубежом:

1. Информирование аудитории о событиях, происходящих в России, а также о мировых событиях, затрагивающих интересы России;

2. Информирование аудитории о событиях, происходящих в стране проживания, в особенности о тех, что касаются ее напрямую, например, об изменениях в законодательстве;

3. Поддержание процесса интеграции в стране проживания путем предоставления информации о юридических, административных, образовательных, трудовых вопросах;

4. Освещение культурной жизни русскоговорящего сообщества в стране проживания, а также освещение культурных событий, происходящих в России;

5. Просвещение аудитории в вопросах истории, культуры, обычаев, традиций страны проживания;

6. Предоставление аудитории возможностей для творческой самореализации;

7. Предоставление площадки для обмена опытом (Шевкуреко, Карлин, 2005).

Выводы по второй главе

Современная Германия является многонациональной, мультикультурной страной, где больше четверти населения имеют миграционные корни. Несмотря на активные миграционные потоки, направлявшиеся в Германию с 1950-х годов, эта страна долгое время не признавала себя иммиграционной и не предпринимала активных действий для интеграции мигрантов. В стране назрели проблемы существования параллельных сообществ, состоящих из плохо владеющих немецким языком иммигрантов, не стремящихся интегрироваться в принимающее общество. В 2005 году Германия ввела бесплатные языковые и интеграционные курсы для беженцев и переселенцев. В 2010 году Ангела Меркель признала крах политики мультикультурализма и необходимость ее трансформации. В 2015 году формирующиеся сразу по нескольким направлениям миграционные потоки в Европу стали настолько активными, что власти европейских стран перестали с ними справляться. Решение Германии открыть границы и беспрепятственно впустить беженцев вылилось в масштабный миграционный кризис, изменивший этнокультурное состояние Германии. Политическая элита и гражданское общество раскололись. После серий громких происшествий первоначальные воодушевление и готовность помочь

сменились озабоченностью и опасениями. Усилились праворадикальные настроения в обществе.

После неожиданных выступлений российских немцев против мигрантов из стран Африки и Ближнего Востока ряд немецких СМИ приписал антимиграционные настроения русскоговорящему населению Германии. Отметим, что русскоговорящие составляют значительную часть населения современной Германии, по разным оценкам их от 3,5 до 4,5 миллионов человек. Это очень разнородная, многонациональная, различная по времени переезда, социальному и юридическому статусам, степени интеграции в принимающее общество группа людей, не связанная тесными контактами. Эта разнородность отражается в дифференцированном составе русскоязычной прессы Германии. В настоящее время здесь выходит около пятидесяти печатных газет и журналов, различных по целям и задачам, редакционной политике, тематике, целевым аудиториям.

Русскоговорящее население Германии политически неактивно, инертно, их предпочтения остаются малоизученными. Для того чтобы лучше узнать настроения русскоговорящего населения Германии, имеет смысл исследовать этнокультурный дискурс русскоязычной прессы Германии.

В первой главе мы подробно описали роль СМИ в формировании этнокультурной картины мира населения, отметили опасность использования «языка вражды», имплицитных дискриминирующих практик, разнообразных стратегий отчуждения «других». В третьей главе мы комплексно исследуем этнокультурный дискурс в четырех различных по своим целям и задачам, целевым аудиториям русскоязычных изданиях, зарекомендовавших себя на русскоязычном медийном рынке Германии – газете «Русская Германия», газете «Московский Комсомолец-Соотечественник», журнале «Партнер» и газете «Новые земляки».

Глава третья

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ДИСКУРС В РУССКОЯЗЫЧНЫХ СМИ ГЕРМАНИИ: КОНТЕНТ-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Для исследования мы выбрали четыре наиболее тиражных и имеющих долгую историю выхода русскоязычных издания: газету «Русская Германия», газету «Московский Комсомолец-Соотечественник», журнал «Партнер» и газету «Новые земляки». Эти издания зарекомендовали себя на медиарынке Германии: газета «Русская Германия» ведет свою историю с 1996 года, журнал «Партнер» с 1997 года, газета «Московский Комсомолец-Соотечественник» с 2009 года, газета «Новые земляки» с 2013 года. Указанные издания производят собственный оригинальный журналистский контент, освещают общественно-политическую, этнокультурную тематику.

В программе нашего исследования, представленной в Приложении 2, мы поставили задачу изучения тематического разнообразия материалов. Контент-анализ был дополнен исследованием дискурсивных механизмов репрезентации «своего» и «чужого»: обращалось внимание на трансляцию национальных стереотипов и использование коммуникативных стратегий репрезентации этнокультурных групп. Кроме этого, нас интересовали такие параметры, как позиция отображаемых этнокультурных групп в публикациях – активная или пассивная, а также сопровождение материалов на этнокультурную тему иллюстрациями и характер этих изображений – персонифицированный или обезличенный (Приложение 3).

В ходе исследования необходимо было получить ответ на ряд вопросов:

1. Какое место в общем содержании издания занимают публикации на этнокультурную тему;

2. Каково тематическое и жанровое своеобразие этнокультурного дискурса на страницах русскоязычных СМИ Германии;

3. Какие группы входят в «круг своего» и «круг чужого», какова специфика и характер их представленности, а также степень участия в медийном дискурсе;

4. Насколько этично освещается этнокультурная тематика в СМИ, используется ли «язык вражды»;

5. Используются ли стратегии отчуждения «других», а также имплицитные дискриминирующие практики в медийном дискурсе;

6. В какой степени каждым этнокультурным изданием реализуются сформулированные в первой главе исследования роли СМИ в межкультурной коммуникации.

Публикации в рассмотренных нами изданиях условно можно разделить на пять больших групп:

1. Жизнь русскоговорящего сообщества в Германии (освещение культурной, общественной, политической активности русскоговорящего сообщества, историй успеха членов сообщества, обсуждение трудностей интеграции, вопросов сохранения русского языка);

2. Полезная информация, способствующая интеграции (разъяснение правил поведения, образа жизни принимающего общества; юридическая информация, непосредственно касающаяся прав и обязанностей иммигрантов, способствующая скорейшей интеграции в принимающее общество);

3. Межэтнические, межкультурные отношения: состояние и проблемы (освещение российско-немецких отношений, отношений русскоговорящих с принимающим обществом, освещение межэтнических конфликтов, случаев дискриминации по этнокультурному признаку, проявлений радикализма в обществе);

4. Вопросы миграции (освещение миграционного кризиса, вопросов миграционной политики, действий властей, проблем нелегальной миграции, криминальной деятельности мигрантов и беженцев, успехов в интеграции мигрантов и беженцев, вопросов легальной миграции);

5. Культурно-просветительская информация (о языке, культуре, истории, традициях, обычаях, праздниках, выдающихся людях разных стран мира, страноведческая информация).

В качестве единицы анализа выступает отдельная публикация без учета ее размера.

Контент-аналитическое исследование показало, что в каждом издании по-своему раскрывается каждая из выделенных нами тем, по-разному расставляются акценты в освещении этнокультурного дискурса. Рассмотрим основные характеристики этнокультурного дискурса каждого из изданий подробнее.

3.1. Этнокультурный дискурс на страницах издания «Русская Германия»

Еженедельная газета «Русская Германия», выпускаемая тиражом 70000 экземпляров, ведет свою историю с 1996 года и является одним из старейших русскоязычных изданий Германии. Главный редактор – Борис Фельдман. Своей основной задачей редакция «Русской Германии» видит помощь русскоязычным иммигрантам в успешной интеграции в Германии при одновременном сохранении собственной культуры и родного языка. «Основную группу читателей составляют люди от 30 до 49 лет. Читатели в возрасте от 50 до 60 лет и старше представлены почти одинаково (20% и 22% соответственно), 11% составляют читатели моложе 30 лет» (Smoliarova, Nigmatullina, 2015: URL). Кроме этого, газету читают немцы, изучающие русский язык.

За период с 2015 по 2019 гг. вышло 232 номера газеты. Нами были проанализированы 55 номеров, вышедших с января 2015 по июль 2019 гг. Общее количество проанализированных материалов составило 4125 публикаций.

«Русская Германия» является универсальным изданием, освещающим события Германии, Европы, стран бывшего СССР и всего остального мира. До 2018 года структура издания выглядела следующим образом: первые 6-7 полос занимала рубрика «Темы недели», где обсуждались политические, экономические новости, происшествия Германии и Евросоюза, далее были

представлены рубрика «Близкий Восток» с новостями Израиля и стран Ближнего Востока; рубрика «Интервью с читателем»; рубрика «За границей ЕС», где были представлены новости России и стран постсоветского пространства (3-4 полосы), рубрика «Болельщик» с новостями из мира спорта (3 полосы). Также присутствовали специализированные приложения: «Что и как в Германии» со справочной информацией различного характера (например, разбор юридических кейсов, информация о товарах и услугах в Германии, вопросы финансов и налогов); развлекательно-познавательное приложение «Легко!», где печатались интервью с российскими актерами, певцами, новости российской эстрады, частные объявления (4 полосы), рубрика «Скажите, доктор», где в форме «вопрос-ответ» была представлена информация о здоровье (4 полосы); приложение «Телемост» с телепрограммой российских, украинских и немецких каналов на неделю и анонсами телепередач и фильмов российского телевидения. С 2018 года названия разделов поменялись, хотя их наполнение в целом осталось прежним. Первые 7-8 полос занимает рубрика «Важное за неделю», отражающая повестку дня Германии, затем идет рубрика «Важное. Спорт» с обзором спортивных новостей, 3-4 полосы занимает рубрика «Важное. Там» с новостями России и стран постсоветского пространства, рубрика «Полезное» со справочной информацией (3 полосы), рубрика «Увлекательное» с материалами о российском шоу-бизнесе, сканвордами и кроссвордами, материалами о здоровье, рецептами, частными объявлениями, познавательными фактами. К газете прилагается бесплатное приложение «7+7я» с программой телепередач и анонсами фильмов и передач российского телевидения.

Основные аналитические материалы по теме номера готовятся журналистами «Русской Германии» самостоятельно, материалы для рубрики с новостями России и стран постсоветского пространства заимствуются с сайта Vedomosti.ru, из изданий «Коммерсантъ», «Новая газета», «Волл Стрит Джорнал» (The Wall Street Journal) и других, а также из блогов. Часть материалов о российских звездах также заимствуется у информационных

агентств, например, покупается у московского информационного агентства «Столица». Материалы, освещающие гастроли и концерты российских звезд в Германии, чаще всего готовятся журналистами газеты самостоятельно.

Распределение материалов явно свидетельствует о приоритетах редакционной политики издания. В центре внимания находятся политические и экономические новости Германии и Евросоюза, вопросы международных отношений Германии с другими странами, в том числе с Россией. «Наша позиция однозначна – мы живем и работаем в Германии, наша страна – это Германия, именно события в Германии мы выносим на первый план. Что касается событий и политики в России, Украине, Казахстане, Белоруссии, то наша позиция здесь однозначно отстраненная, а не вовлеченная. Мы исходим из того, что наши читатели связали свою будущую жизнь именно с Германией, интересы Германии нам ближе и важнее российских» (Маерцке, Русская Германия, 2016, № 47: 20).

Приложение «Увлекательное» (до 2018 года «Легко!») удовлетворяет потребности русскоговорящих читателей в информации о новостях культурной жизни страны происхождения. О современном немецком шоу-бизнесе газета не пишет. Читатели «Русской Германии» хотят узнавать об актерах, новых фильмах и сериалах, выходящих в России, и предоставляемая газетой информация способствует поддержанию культурной связи русскоговорящих Германии с Россией.

Редакция газеты «Русская Германия» подчеркивает, что является не иммигрантской, а немецкой газетой на русском языке, и проблемы, поднимаемые в издании, интересны как для иммигрантов, так и для всего населения Германии в целом. Контент-анализ публикаций показал, что подробное освещение жизни русскоговорящего сообщества, культурных мероприятий, общественных инициатив русскоязычных организаций Германии не является приоритетом редакционной политики издания, хотя материалы на эту тему присутствуют на страницах издания в ограниченном количестве, например, в отчетах о проведенных русскоязычных мероприятиях

и в историях успеха русскоговорящих, которые предлагаются читателям в подрубрике «Один из нас» в жанре интервью или портрета с подробными деталями, прямой речью героя и его портретной фотографией. При этом отметим, что газета в целом не акцентирует разделение на принимающее общество (коренных немцев) и русскоговорящих. К «кругу своего» относится весь немецкий народ, и проживающие в Германии русскоговорящие представлены как неотъемлемая его часть: *немцы прилежны и аккуратны, любят собак, сосиски и клубы по интересам: так традиционно воспринимают нас за рубежом, так, вероятно, думаем о себе мы сами* (Левский, Русская Германия, 2015, № 34: 6).

Публикации на этнокультурную тему занимают 19% от общего количества материалов. Количественно материалы на этнокультурную тематику распределяются следующим образом: 32,9% составляет полезная информация, ускоряющая интеграцию в принимающее общество; 25,9% – культурно-просветительская информация, 18,4% составляют материалы, освещающие межэтнические отношения, 19,9% – материалы, посвященные вопросам миграции, 2,9% – публикации, освещающие жизнь русскоговорящих в Германии (Приложение 6).

Полезная информация, ускоряющая процессы интеграции в принимающее общество, представлена в приложении «Полезное» (до 2018 года «Что и как в Германии») в виде статей, заметок, юридических консультаций в форме «вопрос-ответ». Это «настоящая сервисная журналистика, предлагающая читателям максимально полезную и необходимую информацию» (Чаландзия, Русская Германия, 2015, № 34: 20). Здесь наряду с полезной информацией общего интереса, например, информацией о товарах и услугах, пошаговыми инструкциями о том, как действовать в определенных ситуациях, предлагается информация, предназначенная специально для русскоговорящих иммигрантов (разбор визовых, пенсионных вопросов), а также информация об образе жизни в Германии. На протяжении 2015-2016 гг. на страницах издания печатались

«Уроки немецкого», где объяснялись правила немецкого языка, предлагались упражнения для самопроверки и способы эффективного изучения языка, давались советы, как перестать бояться говорить на немецком. Представленная информация способствует скорейшему усвоению правил и интеграции в принимающее общество. Как один из способов выстраивания межкультурной коммуникации с принимающим обществом можно рассматривать публикацию «немецких» кроссвордов в разделе «Увлекательно» с вопросами на знание немецкой истории, культуры, географии с ответами и подробными объяснениями сложных вопросов в последующих номерах.

Высок культурно-просветительский потенциал издания в отношении освещения вопросов культуры, истории, традиций, праздников разных стран. На страницах издания печатается страноведческая информация о разных странах мира, объемные исторические материалы об истории Германии и России, материалы о деятелях немецкой и русской культуры в жанрах статьи, корреспонденции, интервью, заметки, ответов на вопросы читателей. Отметим, что публикации, освещающие культуру, историю, традиции Германии и России представлены примерно в равном количестве (29% и 33% соответственно).

Если ориентироваться на повестку дня, то, безусловно, главными темами в этнокультурном дискурсе газеты «Русская Германия» являются вопросы миграции и межэтнических взаимоотношений. Публикации на эти темы не сходят со страниц газеты, появляясь в каждом проанализированном номере. Материалы на эту тему информационно-аналитические, написаны в жанре информационной заметки, корреспонденции, криминальной хроники.

В публикациях на тему межэтнического взаимодействия доминируют темы распространения радикального ислама (32,6%), усиления праворадикальных движений в германском обществе (15,9%), обсуждаются межэтнические конфликты в мире (15,9%), проявления антисемитизма в обществе (11,8%).

В публикациях о радикальном исламе, терроризме называются имена, возраст, национальная принадлежность преступника, указываются обстоятельства его жизни, дается портретная фотография.

Редакция также обращает внимание на проявления праворадикального экстремизма среди немцев, рост количества преступлений, совершаемых в отношении беженцев: *Основным мотивом, провоцирующим рост правого экстремизма в Германии, являются такие социальные темы, как нерешенный миграционный вопрос, наплыв беженцев в страну и исламизм* (Ганина, Русская Германия, 2019, № 19: 6).

Редакция освещает и резко осуждает проявления антисемитизма в германском обществе. *В 2013 году в Германии было зарегистрировано 788 случаев проявления враждебности по отношению к евреям, в 2014 – уже 864. В 2015 году опасения увеличения антиеврейских настроений в обществе становятся еще более обоснованными* (Левский, Русская Германия, 2015, № 10: 8). *Около 90% преступлений на почве ненависти к евреям связаны с правым экстремизмом. Но определенная часть антисемитов – это мусульмане, причем в основном не беженцы, а выходцы из арабских стран, уже живущие в течение некоторого времени в Германии* (Дебрер, Русская Германия, 2019, № 23: 5). *89% европейских евреев считают, что антисемитизм в Европе в последние пять лет существенно вырос* (Фролова, Русская Германия, 2018, № 50: 3).

В публикациях на тему миграции доминируют публикации в жанре корреспонденции, анализирующие миграционную политику Германии и Евросоюза, проблемы нелегальной миграции, последствия миграционного кризиса (48,7%). 28,8% материалов на тему миграции составляет освещение преступлений, совершенных мигрантами и беженцами, в криминальной хронике.

Отметим, что редакция газеты «Русская Германия» придерживается традиций качественной немецкой прессы в стремлении к аналитичности, объективности, отсутствии резких оценочных суждений и ярко выраженной субъективной оценки журналиста, использовании нескольких источников информации и предоставлении слова представителям разных сторон и точек

зрения. Так, в публикациях о миграционном кризисе приводятся комментарии представителей разных политических сил, имеющих различные точки зрения на сложившуюся ситуацию. Например, в публикации Вайдена А. «Скандал – это прибыль», в которой рассказывается о немецком производителе шоколада, выпустившем рекламу с девушкой в хиджабе, приводится позиция партии «Альтернатива для Германии», считающей, что подобная реклама «оскорбляет всех женщин, которые хотят вырваться из мусульманского угнетения», а также позиция партии «Зеленых», считающих такую рекламу допустимой, так как «женщины в хиджабе являются частью общества» (Вайден, Русская Германия, 2018, № 6: 5). Кроме этого, нами были найдены публикации, включающие комментарии мигрантов и беженцев. Например, в материале Горбачевой Е. «Какая ты, будущая родина?» об усилении антимигрантских настроений в немецком городе Котбус дается слово сирийскому беженцу Ахмаду: *Мы хотим положить конец ненависти между немцами и арабскими беженцами, – сказал Ахмад, 28-летний сирийский студент, один из 1500 митингующих за мир и толерантность в городе. Некоторые люди оступаются, но не должны все платить за это* (Горбачева, Русская Германия, 2018, № 6: 3). В материале Дебрера С. «Шариатская полиция в нашей стране допустима», где осуждаются действия исламистов, наряду с комментарием главы МВД Северного Рейна-Вестфалии дается слово председателю Координационного совета мусульман и председателю Центрального совета мусульман, также осуждающим радикальные мусульманские движения и инициативы (Дебрер, Русская Германия, 2016, № 47: 4). Отметим, что редакция газеты «Русская Германия» призывает разделять исламизм и ислам: *подавляющее большинство мусульман в Германии чрезвычайно далеки от терроризма и экстремизма* (Смирнов, Русская Германия, 2015, № 3: 6).

Как хорошие примеры включения «других» в медийный дискурс отметим материал В. Прохоровой «Немцы думают, что интеграция – это как производить сосиски» и статью А. Кузнецовой «Сирийский Берлин». Первый материал

представлен в виде монологов от первого лица двух сирийских беженцев – режиссера Орвы Нирабии и художницы Кефах Али Диб, в которых они рассказывают о сложной обстановке в Сирии, обстоятельствах их вынужденного отъезда в Германию, о жизни на новом месте, своих стремлениях, желаниях (Прохорова, Русская Германия, 2016, № 47: 9). Во втором материале рассказывается о причинах, по которым сирийские беженцы покидают свою страну, опасностях и трудностях, с которыми им пришлось столкнуться (Кузнецова, Русская Германия, 2016, № 6: 10). Публикации сопровождаются портретными фотографиями героев. Подобные материалы гуманизируют, персонифицируют медийный дискурс, преодолевают деконтекстуализацию, оставляющую за рамками дискурса причины явления. Редакция газеты это понимает: *в новостях про беженцев нам показывают серую массу людей, существующих где-то далеко от нас. Но когда встречаешься с ними, видишь, что они открытые, талантливые и красивые люди. Интеграция – это мало. Важно, чтобы разговаривали с беженцами, а не про них* (Прохорова, Русская Германия, 2016, № 47: 9). Деконтекстуализацию миграционного кризиса преодолевают аналитические материалы о странах происхождения беженцев, например, статья Балберова К. «Что нам Идлиб» о гражданской войне в Сирии (Балберов, Русская Германия, 2018, № 36: 7).

Однако в подавляющем большинстве материалов на тему миграционного кризиса беженцы и мигранты занимают пассивную позицию. Персонификация дискурса о беженцах и мигрантах в основном происходит в сообщениях об исламском экстремизме, терроризме и совершенных преступлениях. В таких публикациях называются имена, возраст, национальная принадлежность, указываются обстоятельства жизни, дается портретная фотография преступника. В лингвистическом оформлении миграционного дискурса проявляются стратегии дегуманизации, коллективизации, когда миграция сравнивается с угрожающими потоками воды, например, *беженское цунами* (Левский, Русская Германия, 2016, № 38:2), *лавина прибывающих в страну мигрантов* (Каматозов, Русская

Германия, 2016, № 12: 2), с нашествием: *нашествие африканцев* (Каматозов, Русская Германия, 2015, № 21: 1); происходит смешение людей и предметов, природных явлений: *компетентные органы не справляются с наплывом людей и бумаг* (Левский, Русская Германия, 2016, № 12: 2), *во время карнавала Кельн и окрестности штормило не от мигрантов, а от ветра* (Дебрер, Русская Германия, 2016, № 6: 1). Среди графических изображений на тему миграционного кризиса доминируют изображения толп людей без видимых черт лица; людей, стоящих спиной; снятые издалека толпы людей на лодках в море; люди за решетчатым забором.

Таким образом, можно выделить следующие характеристики этнокультурного дискурса на страницах газеты «Русская Германия»:

– высокий культурно-просветительский потенциал издания в отношении предоставления аудитории информации о разных странах, народах, культурах. Русской и немецкой культурам внимание уделяется в равной степени. В таких публикациях актуализируются информирующая и просветительская роли СМИ в межкультурной коммуникации;

– в отношении освещения современной культурной жизни приоритет отдается российской культуре, таким образом, поддерживается культурная связь этнокультурного сообщества со страной происхождения;

– в «круг своего» входит все немецкое общество, редакция издания особенно подчеркивает приоритетность освещения жизни общества Германии. Подробное освещение жизни русскоговорящего сообщества не является главной целью издания;

– в отношении выполнения интеграционной роли этнокультурного издания газета «Русская Германия» реализует функцию ознакомления этнокультурного сообщества с повесткой дня принимающего общества;

– обращая внимание аудитории на проявления антисемитизма, нетерпимости в германском обществе, издание реализует защитную роль СМИ в межкультурной коммуникации;

– в публикациях отсутствуют резкие оценочные суждения, «язык вражды», явная оппозиция «мы – они», редакция стремится к объективному освещению ситуации, используя разные источники информации. Нами отмечены позитивные примеры освещения темы беженцев, демонстрирующие коммуникативные стратегии гуманизации, персонификации, включения «других» в дискурс, однако в большинстве материалов на тему миграционного кризиса беженцы и мигранты занимают пассивную позицию. Персонификация дискурса о беженцах и мигрантах в основном происходит в сообщениях о религиозном экстремизме, терроризме и совершенных преступлениях: в них называются имена, возраст, национальная принадлежность преступника, дается его портретная фотография;

– в лексическом и графическом оформлении дискурса о миграции выявляются стратегии дегуманизации, обезличивания, коллективизации.

3.2. Этнокультурный дискурс на страницах издания «Московский Комсомолец-Соотечественник»

Ежемесячная региональная газета «Московский Комсомолец-Соотечественник», выпускаемая тиражом 120000 экземпляров, была создана в 2009 году специально для поддержки русскоговорящих, проживающих в Германии. Главный редактор – Наталья Суродина. Главной целью издания является создание коммуникационной платформы для соотечественников. Газета является официальным партнером Общегерманского координационного совета российских соотечественников, редакция издания сотрудничает с дипломатическими представительствами Российской Федерации и стран СНГ в Германии.

В каждом номере газеты присутствуют рубрики «Новости», «Среда обитания», «Туризм», «Потребитель», «Интервью», «Культура», раздел «Время местное», где печатаются локальные новости земель, в которых проживает большой процент русскоговорящего населения. Также печатаются исторические материалы, частные объявления, реклама, афиша, сканворд.

Центральной является рубрика «Право имею», предоставляющая полезную юридическую информацию.

За период с 2015 по 2019 гг. вышло 55 номеров газеты. Нами были проанализированы 28 номеров, вышедших с января 2015 по июль 2019 гг. Общее количество проанализированных публикаций составило 1077.

Газета «Московский Комсомолец-Соотечественник» имеет явную этнокультурную направленность. Материалы на этнокультурную тему занимают 54,6% от общего количества публикаций и распределяются следующим образом: 30,9% материалов составляет освещение жизни русскоговорящих в Германии, 22,7% составляет полезная информация, ускоряющая интеграцию в принимающее общество; 23,9% – культурно-просветительская информация; 19,5% составляют материалы, освещающие межэтнические отношения, 3% – материалы, посвященные вопросам миграции (Приложение 7).

Освещение культурной и общественной жизни русскоговорящего сообщества происходит через публикации о различных мероприятиях, организуемых для русскоязычного сообщества Германии на национальном, региональном и местном уровнях. На страницах газеты регулярно печатаются отчеты и репортажи о приемах в Посольстве и Консульствах РФ; о мероприятиях, организованных советами соотечественников разных земель, русскими культурными центрами, направленных на сохранение русского языка и литературы, консолидацию русскоговорящего сообщества. Отмечаются успехи одаренных русскоговорящих детей, их победы в различных конкурсах, участие в фестивалях, концертах, детских спектаклях.

Несмотря на то, что целевой аудиторией большинства освещаемых в газете мероприятий является русскоговорящее население Германии, в публикациях постоянно акцентируется наличие интереса к русскоязычным мероприятиям со стороны немецких политиков, журналистов, бизнесменов, деятелей культуры и искусства, отмечается их присутствие, «несмотря на сложную политическую ситуацию» (Лямина, Московский Комсомолец-

Соотечественник, 2015, № 1: 4), что является проявлением интеграционной роли СМИ в межкультурной коммуникации.

В публикациях, освещающих различные мероприятия (отчетах, репортажах, рецензиях на спектакли, концерты и книги), транслируются положительные стереотипы о русскоговорящих. Отметим, что несмотря на то, что в публикациях довольно часто упоминается многонациональность русскоговорящего населения Германии, в заголовках и зачастую в самом тексте все русскоговорящие выходцы из стран постсоветского пространства объединяются редакцией этнонимом «русские». Так, отмечается, что *русские празднуют с размахом, нигде в мире нельзя найти такую гамму эмоций как в русской душе* (Лукина, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2015, № 1: 29), *русская душа для немца потемки* (Лямина, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2015, № 1: 4); *русские люди более открытые, искренние, мощные* (Казанский, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2015, № 4: 25).

Отметим максимальную персонифицированность материалов, освещающих жизнь русскоговорящего сообщества. В публикациях указываются имена и фамилии, а также детали биографии героев. Репортажи и отчеты о мероприятиях сопровождаются портретными фотографиями участников. Представители русскоговорящего сообщества занимают активную позицию в тексте: цитируется их прямая речь, популярен жанр интервью, беседы. Чаще всего слово предоставляется так называемым «активистам» – послам и консулам, политикам, руководителям русскоязычных культурных объединений, общественным деятелям, журналистам.

Обилие материалов о мероприятиях, организуемых различными русскоязычными организациями, может объясняться тем, что страницы русскоязычного издания Германии в принципе являются единственным местом, где такая информация может появиться. Российским СМИ эта информация неинтересна, не появляется она и на страницах немецкоязычной прессы.

Подробное освещение культурной, общественной жизни русскоговорящих способствует поддержанию положительного образа

собственного сообщества. Это необходимо во многом еще и потому, что в немецкоязычной прессе на протяжении десятилетий складывался и продолжает транслироваться в настоящее время негативный образ русскоговорящего мигранта: *преобладают отрицательные репортажи, написанные в негативных и пренебрежительных тонах* (Еременко, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2015, №. 8: 21); *немецкая пресса представляет людей, показавших себя истинными патриотами России, необразованными, неинтегрированными, асоциальными элементами* (Юрченко, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2017, № 4: 4); *русскоязычная диаспора Германии одна из самых позитивных, хорошо интегрированных, миролюбивых и благородных. Кто разрешил унижать говорящих по-русски, только за то, что они выходцы из великой страны* (Татарникова, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2019, № 5: 6).

Кроме освещения жизни русскоговорящего сообщества, издание уделяет большое внимание предоставлению культурно-просветительской информации. Большую часть просветительских материалов (62,4%) составляют публикации о российской культуре. Читателям предлагаются исторические материалы о Великой Отечественной войне, о царской России, публикации о русской культуре, например, цикл статей филолога-слависта А. Носкова о русских традициях. Кроме этого, печатаются интервью с современными российскими деятелями культуры, актерами, певцами, музыкантами, режиссерами. 17,7% публикаций составляет культурно-просветительская информация о Германии.

Полезная юридическая информация подается в характерной для большинства русскоязычных изданий Германии форме «вопрос-ответ» в рубрике «Право имею». Вопросы читателей в этой рубрике всегда имеют авторство, в юридических кейсах подробно описываются обстоятельства жизни, чувства, переживания, сомнения героев, разбираются житейские проблемы простых людей. Целью рубрики является мониторинг правового положения соотечественников, предоставление актуальной информации об

изменениях в законодательстве Германии и России, касающихся различных категорий русскоговорящих, проживающих на территории Германии, повышение их правовой осведомленности, оказание первичных юридических консультаций.

Кроме этого, одной из главных декларируемых целей издания является предотвращение дискриминации соотечественников в Германии по этнокультурному признаку. Для нашего исследования публикации, посвященные вопросам дискриминации русскоговорящих, представляют особый интерес. Несмотря на то, что дискриминация проявляется в основном не на государственном, а на бытовом уровне в процессе межличностного общения, эта проблема существует и требует внимания, поэтому издание выступает в качестве посредника, предоставляющего помощь соотечественникам, столкнувшимся с притеснением на национальной почве.

Частотны жалобы русскоговорящих на языковую дискриминацию работодателей, запрещающих использовать русский язык на рабочем месте, включая частные телефонные разговоры в обеденный перерыв; препятствия в поиске работы и продвижении по службе: *русский соискатель вакансии на любую должность тотчас же ассоциируется у работодателя с такими понятиями как «водка», «мафия и «мордобой»* (Лабзин, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2015, № 3: 16), *говорят, что я русский, и что мне немцами руководить негоже* (Эксузян, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2015, № 3: 17); *я чувствую себя несколько незащищенной из-за своего акцента* (Британов, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2017, № 10: 10).

Распространены жалобы на соседей-коренных немцев, открыто заявляющих о неприязни к русскоговорящим по этнокультурному признаку: так, коренные немцы *не хотят, чтобы вереницей потянулись русские* (Эскузян, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2015, № 1: 16), *не хотят признавать своими согражданами русскоговорящих людей* (Лабзин, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2015, № 3: 16), недовольны, что *русские громко говорят на «месопотамском», как они выражаются о русском*

языке (Британов, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2018, № 6: 10); говорят, что *у вас русских все покупается-продается, а вам тут не Россия* (Вунш, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2015, № 3: 17). Кроме этого, освещаются проблемы русскоговорящих детей в школе, где, по убеждению родителей, к их детям относятся предвзято.

В публикациях о дискриминации по этнокультурному признаку транслируются негативные стереотипы о «русских», распространенные среди коренных немцев, например, то, что русские *громко гуляют* (Эскузян, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2015, № 1: 16), *только водку хлестать могут* (Британов, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2015, № 2: 18). Актуализируется оппозиция «мы – они»: *у вас русских такое происходит, а в цивилизованной Германии нет* (Вунш, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2015, № 3: 17); *я понимаю, что Германия – для своих. Сначала немцы, потом уж все остальные. Они умеют отстаивать свои интересы. Мы как-то тушуемся* (Герман, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2019, № 2: 11); *он мне ответил, что другие – это другие, а я во многом от них отличаюсь. Вот не пойму, он намекал на то, что я иностранка?* (Эскузян, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2018, № 12: 10).

Некоторые читатели склонны связывать даже простые бытовые разногласия с соседями со своим происхождением, однако юристы, консультирующие на страницах издания, далеко не всегда советуют подавать в суд на обидчиков, предлагая урегулировать все в досудебном порядке или смириться, не обращать внимание, приспособиться, когда понятно, что обращение в суд не принесет результата, таким образом, издание ориентировано на интеграцию русскоговорящих в принимающее общество, сохранение хороших отношений с коренными немцами и помимо юридической предлагает читателям своеобразную психотерапевтическую помощь. Однако в вопросах откровенной дискриминации по этнокультурному признаку, ущемления прав, явных оскорблений юристы, консультирующие на страницах издания, готовы оказать помощь в судебных разбирательствах и защите прав русскоговорящих,

тем самым редакция издания «Московский Комсомолец-Соотечественник» выполняет роль посредника между различными инстанциями и своими читателями. Редакция также обращает внимание на случаи проявления русофобии и антисемитизма в Германии. Позиция редакции состоит в том, что защищенные в своих правах и законных интересах соотечественники «в итоге станут гражданами, лояльными к стране проживания» (Абдуллин, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2017, № 4: 11).

В целом в отношении освещения межэтнических отношений наибольшее внимание уделено освещению продуктивных российско-немецких отношений в разных сферах: политике, экономике, культуре. Печатаются новостные заметки, отчеты о мероприятиях, проводимых немецко-русскими культурными центрами; интервью с участниками межкультурных проектов между двумя странами, а также с положительно относящимися к России и русским коренными немцами – политиками, общественными деятелями, предпринимателями. Среди основных концептов отображения российско-немецкого взаимодействия доминируют концепты «дружбы», «сотрудничества», «диалога»: *русская культура показывает теснейшее партнерство россиян и немцев и их большое дружелюбие по отношению друг к другу* (Крошин, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2016, № 12: 17). *Несмотря на известные сложности, наше взаимодействие не только не прерывается, но и продолжает поступательно развиваться за счет прочных экономических связей, обменов в области культуры, гуманитарной сферы* (Нечаев, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2019, № 5: 18).

Издание явно ориентировано на поддержку культурной связи русскоговорящего населения Германии с Россией: на обложки помещаются фотографии российских знаменитостей, печатаются новости из мира российского шоу-бизнеса, интервью с известными российскими музыкантами, певцами, актерами театра и кино, анонсы предстоящих концертов российских исполнителей, спектаклей российских театров, выставок художников и

фотографов из России. При этом издание учитывает многонациональность русскоговорящего населения Германии и предлагает информацию для выходцев из разных республик бывшего СССР – Казахстана, Узбекистана, Таджикистана, Туркменистана, Киргизии – официальную информацию от консульств этих стран, материалы о сотрудничестве этих стран с Германией. Кроме этого, печатаются сообщения о национальных праздниках и днях национальной культуры как бывших постсоветских республик, так и коренных народов России, например, об узбекском празднике Наврузе и днях татарской культуры.

В целом можно сделать вывод о том, что редакционная политика издания направлена на освещение активной культурной, общественной жизни русскоговорящего населения Германии, поддержание правовой грамотности соотечественников, сохранение культурной связи с Россией и странами постсоветского пространства, а также на поддержание теплых, дружественных, партнерских российско-германских отношений, поиск точек соприкосновения между двумя странами в культуре, искусстве, музыке, общественной деятельности, истории, экономике. Среди основных концептов отображения взаимодействия между Россией и Германией доминируют концепты «дружбы», «сотрудничества», «диалога».

Медийный дискурс, освещающий вопросы миграционного кризиса, очень ограничен. Публикации на эту тему являются единичными и встречаются не в каждом номере. Материалы о миграционном кризисе дегуманизированы и обезличены, персонификация происходит только в сообщениях криминальной хроники, например, печатаются фото подозреваемых, их приметы. Мигранты называются *нелегальными пришельцами, которым немцы распахнули свои сердца и протянули руку помощи, а те (пусть даже часть из них) стали откровенно плевать на традиции и порядки этой страны, на ее жителей* (Татарникова, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2016, № 2: 18). Позитивная персонификация мигрантов единична. Так, в отчете о концерте «Классика за мир» рассказывается история молодого скрипача Джека Сархана, вынужденного

бежать из Сирии в Германию. Описана его история, отмечен его музыкальный талант, приводится его прямая речь (Пока звучит музыка, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2016, № 8: 22).

Для издания характерно упоминание национальности мигрантов в контексте освещения преступлений. Так, в одном из материалов, призывающем читателей быть внимательными на кассе в магазине и проверять чеки, несколько раз упоминается национальность кассира, обсчитывавшего покупателей. Ее называют восточной красавицей, уточняют, что она говорит по-турецки (Кирх, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2015, № 3: 10). В криминальной хронике прямо называется национальность правонарушителей: *у пятидесяти задержанных по подозрению в совершении подобных криминальных деяний была определена национальность. Чаще других засветились преступники из Алжира и Марокко* (Роско, Шнайдер, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2016, № 4: 24); *правоохранители разогнали массовую драку между афганцами и иракцами, задержанный эритреец был доставлен полицейскими к судье*. Кроме этого, в заголовок материала вынесено словосочетание «криминальная миграция» (Шнайдер, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2016, № 8: 27).

В описании миграции прослеживаются стратегии коллективизации: *толпы мигрантов осадили берега Старого Света* (Глазунова, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2018, № 8: 22); *толпы бегущих от войны захлестнули Европу* (Глазунова, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2018, № 12: 18).

Прослеживается противопоставление «мы – они» в отношении мигрантов из стран Африки и Ближнего Востока и переселенцев из стран бывшего СССР: *мы все тоже в этой стране «пришельцы». Но, как говорится, «в чужой монастырь со своим уставом не ходят», и русскоязычная диаспора всячески старалась интегрироваться в немецкое общество* (Татарникова, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2016, № 2: 18). Поляризация «мы – они», стереотипизация «чужих» прослеживается в том числе в туристической рубрике, например, в советах туристам по поводу отдыха в Марокко: *женщинам туда отправляться лучше в*

компании с сильной половиной человечества. Одиноким феминам там будет неуютно, да и просто опасно. Лучше выходить в чем-то длинном и закрытом. Если, конечно, вы не хотите пополнить какой-нибудь местный полуподпольный «гарем» (Короткова, Московский Комсомолец-Соотечественник, 2017, № 4: 15).

Таким образом, мы можем выделить следующие характерные черты этнокультурного дискурса издания «Московский Комсомолец-Соотечественник»:

– основная часть материалов на этнокультурную тему освещает жизнь русскоговорящего сообщества;

– подробное освещение юридических вопросов обусловлено заявленной целью издания – повышением правовой осведомленности соотечественников и защитой их прав за рубежом. В этой связи актуализируется посредническая роль СМИ в коммуникации между различными немецкими структурами и русскоговорящим сообществом. Повышение юридической грамотности русскоговорящих напрямую связывается с их успешной интеграцией в принимающее общество;

– на постоянной основе освещаются случаи дискриминации проживающих в Германии русскоговорящих по этнокультурному признаку, тем самым актуализируется защитная роль СМИ в межкультурной коммуникации;

– поддерживается культурная связь с Россией через предоставление информации о российской культурной жизни в интервью, беседах с российскими актерами, певцами, деятелями искусства, объявлениях и отчетах о концертах российских исполнителей;

– к «кругу своего» относятся все соотечественники: разнородная многонациональная русскоговорящая этнокультурная группа, проживающая в Германии, российские граждане и граждане других постсоветских стран, а также те, кто причисляет себя к «русскому миру». Кроме этого, к «кругу своих» относятся коренные немцы и представители других национальностей, положительно относящиеся к России и русской культуре, языку, литературе, связавшие свою жизнь и карьеру с Россией, внесшие вклад в развитие российско-немецких отношений;

– дискурс о «своем» максимально персонифицирован: называются имена и фамилии, печатаются портретные и репортажные фотографии с мероприятий, подробные биографии героев, упоминаются обстоятельства их жизни, приводится прямая речь, в виде интервью представлены истории успеха иммигрантов из постсоветского пространства;

– несмотря на явную сосредоточенность издания на освещении «своих» мероприятий для русскоговорящих, подчеркивается проявленный к ним интерес со стороны представителей различных стран и национальностей, в особенности интерес коренных немцев, тем самым актуализируется интеграционная роль СМИ в межкультурной коммуникации;

– издание явно ориентировано на поддержание дружеских, гармоничных, продуктивных немецко-российских отношений. Взаимодействие России и Германии представлено концептами «дружбы», «взаимопонимания», «сотрудничества»;

– к «кругу чужих» относятся мигранты и беженцы из стран Африки и Ближнего Востока. Миграционный дискурс очень ограничен, составляет практически незаметную часть от общего количества материалов на этнокультурную тему. Дискурс обезличен и дегуманизирован, мигранты, беженцы выступают в пассивной роли.

3.3. Этнокультурный дискурс на страницах издания «Партнер»

Журнал «Партнер» – общественно-политическое издание, существующее на медиарынке Германии с 1997 года. Вначале издание представляло собой черно-белую двенадцатистраничную газету о вопросах интеграции, выходившую тиражом в 2000 экземпляров в Дортмунде и Бохуме. В 2019 году объем издания составляет от 100 до 116 страниц, тираж – 18000 экземпляров. Журнал распространяется по всей территории Германии. Главный редактор – Михаил Вайсбанд. В фокусе внимания издания события Германии, России, Украины, Израиля, США и остального мира, серьезные политические, экономические темы, вопросы международных отношений, анализ международных конфликтов.

Каждый номер начинается с новостных заметок о событиях, происходящих в разных странах мира, и обращения редакции, в котором кратко описываются основные темы номера. Постоянными разделами являются «Политика и экономика», где печатаются объемные аналитические статьи постоянных авторов издания о политической ситуации, международных отношениях, а также проводится анализ мировых экономических процессов и прогнозирование развития экономики Германии, России, Израиля, Украины и других стран; разделы «Криминал», «Полезная информация», «Здоровье», «Техника и наука», «Семья и школа», «Услуги», «Общество», «История», «Путешествия», «Мир вокруг нас», «Культура», «Реклама», раздел «Досуг», предлагающий спортивную аналитику, кроссворды, анонсы мероприятий. Кроме этого, в каждом номере читателям предлагаются колонка практикующего психолога, познавательные факты, объявления, информация о памятных датах, реклама.

Большая часть материалов готовится журналистами издания самостоятельно. Кроме этого, перепечатываются материалы из других изданий, среди которых «Дойче Велле» (Deutsche Welle), «Курс Консалтинг», «Московский Комсомолец» и другие, переводятся материалы из немецких источников, часть публикаций представлена в виде обзора немецкой, российской и мировой прессы.

За период с 2015 по 2019 гг. вышло 55 номеров журнала. Нами было проанализировано 28 номеров, вышедших с января 2015 по май 2019 гг. Общее количество проанализированных материалов составило 1445 публикаций.

Публикации, относящиеся к этнокультурному дискурсу, занимают 35,5% от общего количества материалов. 45% занимает этнопросветительская и культурно-просветительская информация, 20% – полезная информация, способствующая интеграции и затрагивающая права русскоговорящих, 14,4% составляют публикации, освещающие вопросы миграции, 10,5% – жизнь русскоговорящих в Германии, 10,1% публикаций освещают межэтнические отношения (Приложение 8).

Издание обладает высоким культурно-просветительским потенциалом. Журнал наполнен материалами, расширяющими этнокультурный кругозор читателей – просветительской информацией о разных странах и народах, историческими материалами о России и Германии; биографиями, портретами, воспоминаниями, очерками о выдающихся людях – деятелях культуры прошлого и выдающихся личностях нашего времени. Отметим профессиональный авторский коллектив, работающий над культурно-просветительскими статьями. Например, публикации об истории немецкой культуры, памятниках мировой культуры, литературоведческие материалы пишет известный профессор-филолог, признанный специалист в области мировой литературы Грета Ионкис.

Кроме этого, на страницах издания можно найти страноведческую информацию в виде путевых заметок, информацию общего интереса о разных странах и народах, культурных традициях в виде аналитических и публицистических материалов, сопровождающихся фотографиями. Отметим жанровое разнообразие культурно-просветительских материалов, среди которых присутствуют статьи, рецензии, эссе, очерки, портреты, мемуары.

Полезная информация, способствующая интеграции, представлена юридической, потребительской, психологической информацией, позволяющей иммигрантам быстрее адаптироваться в принимающем обществе. В юридической колонке затрагиваются вопросы натурализации, воссоединения семьи, получения пенсий, пособий. Большое внимание уделяется вопросам эмиграции поздних переселенцев и переезжающих в Германию по еврейской линии, разбираются изменения в законодательстве Германии и России, затрагивающие иммигрантов.

Жизнь русскоговорящего сообщества показывается через освещение культурной и общественной активности (42,6%), а также через истории успеха отдельных членов сообщества, представленные в виде интервью и биографических очерков (38,9%). Кроме этого, уделяется внимание вопросам сохранения русского языка, поддержания билингвизма у детей (12,9%).

В освещении межкультурных отношений главными темами являются отношения христианства и ислама (23,1%); отношения русскоговорящих и немцев (21,2%); проявления антисемитизма в обществе (15,4%); проблема распространения радикального ислама в Германии (11,5%); анализ межэтнических конфликтов, происходящих в мире (11,5%).

Взаимоотношения «христианство – ислам», «иудейство – ислам», «немецкое общество – мусульмане» подаются в контексте оппозиции «свой – чужой», подчеркивается наличие противостояния, несоответствия, несовместимости, что рассматривается нами как проявление интолерантности в медийном дискурсе, например: *50% немцев чувствуют себя чужаками в своей стране из-за мусульман* (Векслер, Партнер, 2015, № 1: 10); *на улицах Дрездена в последние годы мигрантов-мусульман стало так много, что скоро в нашем городе перестанут говорить по-немецки* (Дебрер, Партнер, 2015, № 1: 61); *разве неправда, что мусульмане готовы считать непримиримым врагом всякого, кто критично относится к их религии?* (Кротов, Партнер, 2015, № 3: 9); *50% опрошенных жителей Германии сообщают, что чувствуют себя чужими в своей стране из-за огромного, постоянно растущего числа мусульман* (Кротов, Партнер, 2016, № 7: 10); *защитить ценности свободного мира надо. Ибо другого пути нет. Разве что сложить кресты и звезды Давида и воззриться исключительно на полумесяц* (Кротов, Партнер, 2017, № 1: 9); *во многих городах страны прошли выступления исламистов (так пишут, чтобы не употреблять слова «мусульман»)* (Кротов, Партнер, 2018, № 1: 8).

В дискурсе о религиозном экстремизме прослеживается настороженное отношение к мусульманам в целом: *мусульманский Восток лишь силу и понимает. Жесты доброй воли воспринимаются как слабость*; *современный ислам, внедрившийся в ведущие европейские страны, это не столько религия, сколько идеология. Его сторонники, начисто отрицая европейские ценности, стремятся навязать принявшим их народам свой образ жизни* (Ионкис, Партнер, 2015, № 11: 80); *в мире не прошло ни единой демонстрации «истинных мусульман, осуждающих террор», не слышно в эти дни и бравого*

голоса «умеренного евроислама» (Векслер, Партнер, 2015, № 12: 12); *маниловщина социал-демократов, что, дескать, нужен нам некий «европейский ислам», соответствующий общечеловеческим ценностям – это химера. Нет такого и не будет при нашей жизни. И кто бы ни говорил: «Ислам – религия мира», не верьте. Они хотят завоевать весь мир. Они пытаются* (Кочанов, Партнер, 2015, № 5: 15).

Примеры, представленные выше, по классификации А.М. Верховского можно отнести к среднему «языку вражды», так как в них прослеживаются обвинения в негативном влиянии мусульман на немецкое общество, рассуждения об опасности их закрепления в Германии.

Также обращается внимание на проявления антисемитизма, юдофобии со стороны мусульман: *общеизвестны случаи преследований еврейских школьников их мусульманскими соучениками; основной причиной усиления антисемитских проявлений в Германии представляется рост абсолютного количества и их процентной доли в населении страны; в течение ряда последних лет произошли многочисленные убийства евреев мусульманами* (Будовер, Партнер, 2015, № 11: 65); *наша дочь была подвергнута моббингу со стороны учеников-мусульман, потому что она не верит в Аллаха* (Дебрер, Партнер, 2018: 58).

Бытовые отношения русскоговорящих и немцев также могут описываться в контексте разности менталитетов: *среднестатистический немец прекрасно воспитан, толерантен. Он хозяйственный и очень экономный. Никуда не денешься, это национальная черта* (Натансон, Партнер 2015, № 5: 46); *в русско-немецких семьях возникают противостояния, нередко заканчивающиеся крахом семьи из-за существенных социокультурных и ментальных различий* (Навара, Партнер 2015, №7: 64); *многие русские женщины, лишь по прошествии разобравшиеся в характерных особенностях немцев, шокированы их рациональным подходом к созданию семьи; у мужей-немцев вызывает неприятие пренебрежение русской супруги к требованиям среды, в которой она оказалась, нежелание уважать местные обычаи,*

отсутствие по немецким меркам бережливости и экономии (Елистратова, Исмагилова, Партнер, 2016, № 9: 58, 59).

Информация, касающаяся отношений с принимающим обществом, также предлагается в разделе «Культура», например, в публикации М. Баст «Разговоры за столом» рассказывается об особенностях и правилах поведения, принятых в германском обществе: *к темам-табу за немецким столом относятся политика, религия, денежные доходы, медицинские проблемы и отсутствующие люди; чувство юмора у русских и у немцев несколько разное; навязчивое хлебосольство тоже может не найти понимания у немца* (Баст, Партнер, 2015, № 7: 98-99).

Если ориентироваться на повестку дня, то центральной темой можно назвать тему миграционного кризиса. Наиболее активно эта тема освещалась в 2015-2017 гг., в самое сложное время разгара миграционного кризиса. Публикации на эту тему объемны, присутствуют в каждом номере издания и написаны в жанрах аналитической статьи, интервью, аналитического комментария, новостной заметки, криминальной хроники. Для аналитических публикаций издания «Партнер» характерна высокая степень выраженности авторского Я, субъективная репрезентация мнения.

Отметим, что редакция пытается преодолеть деконтекстуализацию миграционного кризиса, предлагая читателям материалы, которые вносят контекст в ситуацию (17,6% от общего количества публикаций на тему миграции), например, аналитические материалы о криминальных структурах, наживающихся на проблемах беженцев, материалы, критикующие работу правительства в отношении беженцев, а также исторические и аналитические материалы о Сирии, Турции, арабских, африканских странах, объясняющие причины сложившейся в настоящее время ситуации. Также дается информация о современном положении в странах происхождения беженцев, отмечается, что беженцы *бегут, пополняя миллионную армию обездоленных, рванувшихся из дома, ставшего постылым* (Кочанов, Партнер, 2015, № 11:13); *нельзя негативно оценивать всех прибывающих, большинство из них*

являются людьми законопослушными (Наш человек в Бундестаге, Партнер, 2016, № 1: 56). Отметим публикации Ю. Кротова о беженцах из Турции и Сирии. В интервью «Наши соседи – курды» он беседует с молодыми курдскими беженцами, переехавшими в Германию в 1993 году (Кротов, Партнер, 2017, № 5: 60-61). Статья «Где мой спасательный круг?» представляет собой монолог сирийского беженца Шехаба, рассказывающего о своем пути в Германию, трудностях, с которыми ему пришлось столкнуться, и чувствах, которые он испытывал (Кротов, Партнер, 2017, № 7: 60-62). В этих материалах беженцы занимают активную позицию, приводятся детали их биографии, прямая речь, публикации сопровождаются портретными фотографиями. Показывая миграционный кризис через призму судьбы отдельного человека, журналисты издания используют стратегии гуманизации, персонификации дискурса.

Однако в лексическом оформлении остальных публикаций, освещающих тему миграционного кризиса, нами был обнаружен ряд отчуждающих стратегий в репрезентации беженцев и мигрантов, например:

– стратегия коллективизации с элементами драматизации: *орды беженцев, пришельцы с Ближнего Востока и Северной Африки* (Дебрер, Партнер, 2016, № 3: 70), *огромная толпа беженцев* (Кочанов, Партнер, 2016, № 5: 15); *прибытие миллионной массы беженцев* (Шабан, Партнер, 2016, № 9: 62);

– стратегия дегуманизации: *стремительно нарастающий поток, превращающийся в лавину* (Кротов, Партнер, 2015, № 11: 9); *эта лавина смоет эту страну куда-нибудь в океан* (Кротов, Партнер, 2016, № 1: 8); *массовый наплыв мусульманских беженцев* (Листов, Партнер, 2016, № 2: 58); *все усилия направлены на прием и «обработку» беженцев* (Партнер, 2016, №1: 56); *сможет ли немецкая столица «переварить» такое количество претендентов на политическое убежище?* (Антонова, Партнер, 2015, № 11: 63);

– стратегия поляризации: *чужаки*; *совершенно другой мир переступил порог Европы* (Грищенко, Партнер, 2015, №11: 64); *неполиткорректно, но факт: мусульмане плохо интегрируются в Европе, склонны селиться*

компактно, в гетто (Векслер, Партнер, 2015, № 9: 57); *беженцы имеют свою, неевропейскую ментальность, культуру, воспитание и религиозную принадлежность… у них иной, южный темперамент, образ жизни и устои* (Грищенко, Партнер, 2015, № 11: 64); *в Германии появилось большое количество беженцев, людей другой культуры, другой веры, других привычек* (Парасюк, Партнер, 2016, № 7: 69); *чужаки останутся чужаками, и никто им своих позиций, своих ценностей не уступит, несмотря на декларативную «культуру гостеприимства»* (Кочанов, Партнер, 2017, № 7: 15).

Миграция из стран Африки и Ближнего Востока описывается в контексте:

– вторжения: *проникновение беженцев в Европу* (Листов, Партнер, 2015, № 12: 10), *массовое нашествие в страну мусульман* (Векслер, Партнер, 2015, № 12: 13), *неожиданное, кошмарное нашествие беженцев с Ближнего Востока* (Кочанов, Партнер, 2016, № 2: 15), *нашествие тысяч беженцев* (Навара, Партнер, 2017, № 1: 65);

– угрозы: *немцы опасаются того, что поток беженцев сомнет европейскую цивилизацию* (Красивая осень, Партнер, 2015, № 11: 6); *куда бежать от беженцев?* (Векслер, Партнер, 2015, № 9: 56);

– проблемы здравоохранения: *среди них распространяются чесотка и другие инфекционные заболевания* (Грищенко, Партнер, 2015, № 11: 64);

– финансовой проблемы: *знаете ли вы, что только один несовершеннолетний беженец обходится казне в среднем в 60 тыс. евро в год?* (Векслер, Партнер, 2015, № 9: 57);

– юридической проблемы для российских немцев, собирающихся переехать в Германию: *никто не может гарантировать дальнейшее существование закона о приеме поздних переселенцев; мыслимо, что новое правительство захочет все же освободить небольшое количество мест для приема беженцев, а не немецких переселенцев* (Пуэ, Партнер, 2015, № 11: 16);

– угрозы для имеющих еврейское происхождение*: если процентный прирост мусульман в населении Германии будет приближаться к французскому уровню, то можно с уверенностью прогнозировать гибель*

евреев от рук мусульманских террористов и в Германии (Будовер, Партнер, 2015, № 11: 65).

Публикации о миграционном кризисе редко сопровождаются изображениями. В тех случаях, когда публикация сопровождается фотографией, доминируют изображения снятых издалека групп людей без четких черт лица. Подобные изображения также вносят свой вклад в дегуманизацию и обезличивание дискурса о мигрантах и беженцах.

Таким образом, можно выделить следующие характеристики этнокультурного дискурса в журнале «Партнер»:

– к «кругу своего» относится многонациональное русскоговорящее сообщество Германии: российские немцы, евреи, украинцы, армяне и другие, а также коренные немцы. Изменения в законодательстве, анализ политических событий, программы политических партий рассматриваются в том числе и с позиции интереса русскоговорящего сообщества;

– к «кругу чужого» относятся мигранты из стран Африки и Ближнего Востока. В части публикаций как «чужие» показаны мусульмане в целом;

– в части публикаций о мусульманах нами выявлен средний «язык вражды», так как в них прослеживаются обвинения в негативном влиянии мусульман на немецкое общество, рассуждения об опасности их закрепления в Германии;

– издание обладает высоким культурно-просветительским потенциалом, что актуализирует просветительскую роль СМИ в межкультурной коммуникации;

– обращая внимание на проявления антисемитизма, юдофобии в германском обществе, призывая к защите еврейства в Германии, редакция издания актуализирует защитную роль СМИ;

– в повестке дня тема миграционного кризиса является центральной, ей посвящены объемные аналитические материалы, которые печатаются практически в каждом номере издания;

– редакции издания удается преодолеть стратегию деконтекстуализации миграционного кризиса, предлагая читателям исторические материалы о странах происхождения беженцев и мигрантов, а также материалы,

анализирующие причины усиления миграционных потоков во всем мире, однако ей не удается преодолеть стратегии дегуманизации, деперсонификации, поляризации в медийном дискурсе о миграции.

3.4. Этнокультурный дискурс на страницах издания «Новые земляки»

Ежемесячная газета «Новые земляки» выходит с 2013 года. Главный редактор издания – Татьяна Головина. Целевой аудиторией газеты «Новые земляки» являются российские немцы-переселенцы, в особенности их старшее поколение, чьи родственники или они сами столкнулись с дискриминацией по национальному признаку и были депортированы во время Великой Отечественной войны. Редакция уделяет большое внимание сохранению памяти об этих событиях, дает возможность простым людям поделиться своей трагической историей на страницах издания. Также редакция газеты уделяет большое внимание общению с аудиторией, на страницах издания печатаются письма читателей, в которых они рассказывают о своих родственниках, подвергшихся депортации в советское время, делятся историей эмиграции в Германию, рассказывают о своих радостях и тревогах. На страницах газеты также печатаются поздравления читателей с юбилеями, годовщинами свадьбы.

Постоянными являются рубрики «В мире»; «Германия»; «Тема номера»; «Не хлебом единым» о вопросах христианской религии; «Интеграция», где печатаются интервью с успешными российскими немцами; «Адвокат отвечает»; «Форум» с письмами читателей на русском и немецком языках; «Немцы в мире» о жизни немцев в разных странах; «Rentner» с воспоминаниями читателей; «Жизнь известных людей»; «Поздравления/Поиск»; «Курортные ведомости» о различных санаториях и курортах Европы; «Народная медицина»; «Люди и судьбы»; «Московская немецкая газета», где печатаются материалы из одноименной газеты Международного союза немецкой культуры; рубрика «Volk auf dem Weg» на немецком языке, составленная по материалам одноименного журнала;

обширная рубрика «Ответы на вопросы» с юридическими консультациями и советами потребителям, обзорами технических новинок, ответами психолога; рубрика «Подружка» о семейных отношениях, ведении быта; «Светские новости» о российских знаменитостях; «Криминал»; «Кулинарные рецепты»; «Юмор»; «На досуге», а также рекламные материалы и объявления.

Кроме этого, редакцией газеты «Новые земляки» проводится серьезная работа по популяризации российско-немецкой литературы: с февраля 2018 года выпускается литературно-художественное приложение «LiteraTypa», где печатаются стихи, рассказы, отрывки из повестей и романов с фотографиями и иллюстрациями, литературная критика на русском и немецком языках. Редакция призывает читателей присылать свои произведения, а также отзывы о прочитанных и рекомендуемых книгах, сообщения о событиях российско-немецкой литературной жизни в Германии и России.

Большая часть материалов готовится журналистами издания самостоятельно, часть новостных заметок перепечатывается с российских и иностранных интернет-ресурсов. В рубрике «Переселенцы в зеркале немецкой прессы» приводится краткий пересказ статей, вышедших в немецкоязычных изданиях. Также печатаются переводы с немецкого языка статей из газеты «Фольк ауф дэм вэг» (Volk auf dem Weg). Ограниченное число материалов печатается на немецком языке.

За исследуемый период с 2015 по 2019 гг. вышло 55 номеров. Нами было проанализировано 28 номеров, вышедших с января 2015 по июль 2019 гг. Общее количество проанализированных публикаций – 1819.

Этнокультурной тематике посвящено 33,9% публикаций газеты. Из них 39% публикаций составляет культурно-просветительская информация, 35% посвящено жизни русскоговорящих в Германии, 13% составляет информация, направленная на ускорение интеграции в принимающее общество, 6% публикаций освещают тему межэтнических отношений, 7% – вопросы миграции (Приложение 9).

Большая часть культурно-просветительской информации (65,4%) посвящена истории, культуре российских немцев. Это связано с заявленной

целью издания, которая состоит в сохранении самобытной культуры, традиций и памяти об исторической судьбе российских немцев. Просветительская информация подается в виде воспоминаний читателей, рецензий, очерков и отрывков из книг российско-немецких писателей – В. Эйслера, Э. Штайгера, Г. Вольтера, Е. Думрауф-Шрейдер, Р. Лейнонена, Н. Косско и других. Важной тематической составляющей издания являются исторические материалы о депортации немцев в советское время и письма читателей с рассказами о судьбах своих семей. Также печатаются просветительские материалы о выдающихся исторических личностях – российских немцах. В условиях отсутствия подобной информации как в немецкоязычных, так и в российских СМИ, «эти публикации выполняют функцию сохранения памяти, соединяют трагическое прошлое советских немцев с сегодняшней жизнью переселенцев в Германии» (Иванова, 2019: 188). Отметим, что в каждом номере газеты печатаются просветительские статьи об истории России и Германии, материалы о разных народах, относящихся к германской этнической группе, информация о жизни немцев, переселившихся из Германии в различные страны мира.

Освещение жизни русскоговорящего сообщества ограничено освещением жизни российских немцев. В виде новостных заметок, информационных интервью и отчетов о деятельности Землячества немцев из России, Литературного общества российских немцев в Германии и других объединений освещается культурная, общественная, политическая активность российских немцев (28,7%). 68,1% публикаций освещают успехи российских немцев-переселенцев, которые представлены в виде заметок и интервью с людьми, добившимися успеха и признания в различных сферах. В газете также публикуются истории простых людей, рассказывающих о своей истории эмиграции, трудностях и успехах в поиске работы, получении образования, устройства жизни на новом месте. «Дискурсивной практикой конструирования “своего” чаще всего является нарратив: “свое” рассказывается в виде истории из жизни одного из земляков, где в различных

формах подчеркивается право переселенцев считаться настоящими немцами и полноценными членами немецкого общества» (Иванова, 2019: 187), например, *немцы из бывшего Советского Союза – это немцы, и лишь место их рождения находится в другой стране* (Головина, Новые земляки, 2018, № 9: 8); *мы немцы, даже если утратили родной язык* (Бартули, Новые Земляки, 2019, № 3: 16); *наша Германия – не русская, а немецкая, мы живем и дышим этой страной* (По письмам читателей, Новые земляки, 2016, № 4: 12). В то же время подчеркивается самобытность культуры российских немцев: *у нас своя культура – российских немцев, не лучше и не хуже культуры местных немцев – она просто другая* (Головина, Новые земляки, 2016, № 8: 10); *мы – немцы, только немцы немного другие, со славянским или русским налетом* (Айзенберг-Гальперина, Новые земляки, 2017, № 2: 20).

В части публикаций упоминаются трудности интеграции в принимающее общество, среди которых:

– несправедливое отношение к переселенцам в социальной сфере: *потенциал российских немцев используется не полностью. В Казахстане они успешно трудились, она – учительницей математики в школе, а он – инженером на заводе. Здесь оба стали простыми рабочими* (Шмидт, Новые земляки, 2018, № 4: 22);

– различия в менталитете и образе жизни: *если говорить откровенно, то многих родителей-переселенцев методы воспитания детей в Германии, мягко говоря, удивляют* (Герман, Новые земляки, 2015, № 9: 45); *различия в менталитете и представлениях о воспитании детей* (Штурман, Новые земляки, 2016, № 2: 44);

– непростые отношения в семье: *российские женщины больше терпят, чем местные немки, не решаются прекратить отношения и обратиться за помощью* (Нетцер, Новые земляки, 2016, № 5: 45);

– плохое отношение со стороны принимающего общества: *местная пресса была недовольна, что «приехали эти аусзидлеры»* (Лильке, Новые

земляки, 2015, № 12: 12); *местные немцы относились к нам по-разному, иногда недоброжелательно* (Лильке, Новые земляки, 2015, № 2: 12);

– языковые проблемы: *не владея немецким языком, эти люди не могли найти работу. А теперь, состарившись, вынуждены жить на социальную помощь* (Вебер, Новые земляки, 2016, № 8: 12).

В письмах читателей для описания российских немцев часто используется прием «сверхобобщения» (ван Дейк 1989: 294), когда транслируются исключительно положительные национальные стереотипы и утверждается, что такие качества как трудолюбие, пунктуальность, терпение, законопослушность, надежность, аккуратность присущи всем российским немцам: *наш народ от природы работящий* (Классен, Новые земляки, 2015, № 8: 14); *российские немцы – это золотые руки и золотые головы* (Гусс, Новые земляки, 2018, № 7: 14).

Таким образом, в центре внимания находятся современная жизнь и история российских немцев, на страницах издания печатаются письма читателей, их воспоминания, личные семейные фотографии, на обложку номера выносятся портретные фотографии российских немцев, ставших героями публикаций издания. Медийный дискурс является максимально персонифицированным, гуманизированным.

Несмотря на явный приоритет в освещении темы интеграции немцев-переселенцев, а также жизни и истории сообщества, тема миграционного кризиса также присутствует на страницах издания (7% от общего количества публикаций на этнокультурную тему) в основном в виде новостных заметок, в которых описываются действия властей и обсуждаются экономические последствия миграционного кризиса. Приводится статистика прибывших в Германию беженцев и мигрантов, указывается количество потраченных на них средств. Кроме этого, тема миграционного кризиса затрагивается в письмах читателей.

Миграция представляется как проблема в различных сферах, например:

– в сфере безопасности*: учитывая тот факт, что в страну продолжают прибывать мигранты, могут активизироваться и бывшие члены террористических группировок, и их соратники* (Сотни террористов среди беженцев, Новые земляки, 2016, № 8: 4);

– в сфере культуры*: родители из числа местных немцев иногда жалуются, что их дети «приносят» из школы не только плохие словечки и ругательства, которые слышат в школьном дворе от школьников иностранцев, но и, спустя некоторое время, даже сами начинают говорить хуже* (Герман, Новые земляки, 2015, № 1: 26);

– в сфере экономики: *возвращение к проверкам на европейских границах из-за кризиса с беженцами делает грузовые перевозки очень дорогими* (Штурман, Новые земляки, 2015, № 10: 42); *в бедных районах Германии распространены страхи конкуренции с беженцами за государственные ресурсы* (Горят лагеря беженцев, Новые земляки, 2015, № 8: 3);

– в юридической сфере: *мы собираем необходимые документы для получения гражданства. Однако теперь, с наплывом беженцев в Германию, появилось беспокойство – могут ведь отказать без объяснения причин* (Герман, Новые земляки, 2016, № 4: 44).

Миграция из стран Африки и Ближнего Востока может сравниваться с потоками воды, например, *рекордный приток ищущих убежища* (Горят лагеря беженцев, Новые земляки, 2015, № 8: 3) *туча с Востока* (Хеккер, Новые земляки, 2016, № 2: 4), *неконтролируемый поток* (Грегор, Новые земляки, 2015, № 10: 3); с нападением: *«пришлые» в каком-то смысле оккупировали «новую родину»* (Герман, Новые земляки, 2017, № 4: 40); *ежедневно сюда прибывают по две тысячи беженцев, которые штурмуют поезда* (Головина, Новые земляки, 2015, № 9: 4).

На страницах издания также печатаются письма читателей, выражающих свое недовольство приемом мигрантов из стран Африки и Ближнего Востока: *скажу сразу: я против того, чтобы Германия принимала беженцев из африканских и азиатских стран* (Шмидт, Новые земляки, 2015,

№ 9: 7); *мы опасаемся, что придет день, когда нас заставят надеть на голову платок или хиджаб* (Бехтольд, Новые земляки, 2016, № 2: 5); *наша четырехлетняя внучка ходит в детсад. В группе двадцать детей, из них только трое немцы. Что же будет через лет пять-десять?* (Райнхардт, Новые земляки, 2017, № 6: 23).

В целом, мигранты и беженцы занимают в тексте пассивную позицию, публикации на эту тему практически никогда не сопровождаются фотографиями.

Таким образом, можно выделить следующие характеристики этнокультурного дискурса издания «Новые земляки»:

– к «кругу своего» относятся российские немцы, проживающие как в Германии, так и в России, и в других странах постсоветского пространства;

– особое внимание уделяется сохранению памяти о российских немцах, подвергшихся депортации, дискриминации по национальному признаку в советское время;

– для описания российских немцев отбираются положительные стереотипы, используется прием «сверхобобщения», когда положительные характеристики распространяются на всю группу в целом;

– дискурс о «своем» максимально персонифицирован: представлены письма читателей, цитируется прямая речь героев, упоминаются имена и детали биографии, представлены портретные фотографии, фотографии из архивов читателей, кроме этого, на каждой обложке размещаются фотографии российских немцев, ставших героями статей;

– к «кругу чужого» относятся мигранты из стран Ближнего Востока и Африки;

– миграция из стран Ближнего Востока и Африки представляется в качестве проблемы, угрозы;

– используются имплицитные дискриминирующие практики (дегуманизация, коллективизация, исключение) в отношении мигрантов и беженцев; они представлены обезличено, не выступают от первого лица, не выступают в качестве источников информации.

Выводы по третьей главе

Проведенный контент-анализ публикаций четырех изданий показал, что этнокультурная тематика занимает значительное место на страницах проанализированных русскоязычных изданий: 19% в газете «Русская Германия», 54,6% в газете «Московский Комсомолец-Соотечественник», 35,5% в журнале «Партнер», 33,9% в газете «Новые земляки» (Приложение 4). В то же время мы выявили многообразие существующих подходов к освещению этнокультурного дискурса в русскоязычных СМИ Германии. Редакции русскоязычных СМИ Германии по-своему подходят к содержательному наполнению этнокультурного издания, вследствие чего по-разному расставляют акценты в освещении этнокультурного дискурса (Приложение 5).

Мы зафиксировали различия в выстраивании векторов межкультурной коммуникации и формировании «круг своего». Например, газета «Русская Германия» стремится соответствовать немецким традициям журналистики, позиционирует себя не как иммигрантское СМИ, а как немецкое издание на русском языке, освещающее темы, важные для всего общества Германии. К «кругу своего» в издании относится весь немецкий народ, и проживающие в Германии русскоговорящие представлены как неотъемлемая его часть, в результате чего жизнь русскоязычного сообщества в этой газете освещается слабо.

Газета «Московский Комсомолец-Соотечественник», напротив, стремится максимально подробно осветить культурную, общественную, политическую жизнь русскоговорящих в Германии. В фокусе внимания издания также находятся вопросы дискриминации русскоговорящих по этнокультурному признаку: на страницах издания подробно разбираются случаи ущемления прав русскоговорящих в Германии, тем самым актуализируются посредническая и защитная роли СМИ в межкультурной коммуникации.

Газета «Новые земляки» сконцентрирована на освещении жизни, культуры, истории конкретной этнокультурной группы – российских немцев. Редакция уделяет большое внимание сохранению памяти о событиях депортации российских немцев в советское время.

В журнале «Партнер» с точки зрения повестки дня центральными являются темы миграционного кризиса и межэтнических отношений.

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

Среди основных целей и задач русскоязычных СМИ Германии можно выделить:

– предоставление информации, важной для всего населения Германии, на русском языке;

– предоставление аудитории юридической помощи в отстаивании своих прав, недопущение дискриминации по этнокультурному признаку;

– создание позитивного образа русскоговорящего сообщества Германии;

– освещение активной культурной, общественной жизни русскоговорящего населения;

– сохранение памяти о членах этнокультурного сообщества, фактах истории;

– сохранение самобытности этнокультурного сообщества.

Несмотря на различия в подаче этнокультурного дискурса, в русскоязычных СМИ Германии так или иначе присутствуют все проявления интеграционной функции этнокультурных СМИ:

– аудитория знакомится с новостями принимающей страны на понятном ей языке, что способствует созданию общего информационного пространства этнокультурного сообщества и принимающего общества и включению русскоязычного населения Германии в политическую, общественную жизнь принимающей страны;

– членам этнокультурного сообщества предоставляется ориентирующая информация, направленная на ускорение интеграции в принимающее сообщество;

– демонстрируются положительные примеры интеграции через истории успеха членов этнокультурного сообщества.

– СМИ выступают в качестве посредника между властными структурами и этнокультурным сообществом, беря на себя функции юридического помощника, помогая отстаивать свои права, тем самым актуализируя посредническую роль СМИ в межкультурной коммуникации.

Большое внимание уделяется размещению справочной информации по запросам читателей. Наибольший интерес читателей вызывает информация юридического характера, разъясняющая законы Германии, права и обязанности граждан, что связано с недостатком правовой грамотности иммигрантов. Кроме этого, аудитории предоставляется полезная информация об образе жизни и правилах, принятых в Германии. Эта информация призвана способствовать скорейшей интеграции в принимающее общество.

Высок культурно-просветительский потенциал русскоязычной прессы. Во всех проанализированных изданиях представлено большое количество материалов, расширяющих этнокультурный кругозор читателей, дается информация общего интереса о разных странах и народах, культурных традициях, обычаях, праздниках, печатаются исторические материалы, страноведческая информация.

Обращается внимание на проявления русофобии, антисемитизма, дискриминации по этнокультурному признаку в германском обществе. Осуждая проявления радикализма, журналисты русскоязычных изданий Германии актуализируют защитную роль СМИ в межкультурной коммуникации.

Частой дискурсивной практикой конструирования «своего» в русскоязычной прессе Германии является нарратив: «свое» представляется в виде истории из жизни одного из земляков или в виде интервью с успешными представителями сообщества, добившимися известности и признания в

различных сферах: политике, медицине, спорте, искусстве. Таким образом русскоязычная пресса борется со сложившейся за многие годы тенденцией негативной репрезентации русскоговорящих в немецкоязычной прессе. В условиях крайне ограниченного присутствия позитивных материалов о русскоговорящем сообществе в мейнстримных медиа Германии русскоязычные СМИ играют важную роль в сохранении культурного наследия и идентичности, стимулировании этнической гордости, создании общего и безопасного медиапространства для этнокультурного сообщества. Акценты в освещении тех или иных тем, например, активное освещение культурной, общественной жизни русскоязычных в Германии или освещение событий и фактов истории депортации российских немцев также обусловлены отсутствием подобной информации как в немецкоязычной, так и в российской прессе. Предоставляя подобную информацию, русскоязычная пресса Германии закрывает образовавшиеся информационные лакуны, включает голоса членов этнокультурного сообщества в медийный дискурс, реализует инклюзивную роль СМИ в межкультурной коммуникации.

Исследователи сходятся во мнении, что русскоговорящая диаспора в Германии – это достаточно размытое понятие, и в отличие от других диаспор Германии внутренние связи в ней развиты слабо, а само сообщество в большинстве своем является политически пассивным и инертным. Освещая культурную, общественную жизнь сообщества, предоставляя отчеты и репортажи с русскоязычных мероприятий, конференций, форумов, фестивалей, русскоязычные СМИ выполняют функции консолидации сообщества, поддержания внутренних связей, вовлечения членов сообщества в активную политическую, общественную, культурную жизнь.

Русскоязычные издания Германии отличаются по объему материалов, посвященных теме миграционного кризиса, от слабого присутствия в дискурсе («Московский Комсомолец-Соотечественник» (3%), «Новые земляки» (7%)) до постоянного присутствия на страницах издания («Русская Германия» (19,9%), «Партнер» (14,4%)). Тем не менее во всех проанализированных

изданиях мигранты и беженцы из стран Африки и Ближнего Востока относятся к «кругу чужих». Русскоязычные СМИ Германии демонстрируют схожие стратегии конструирования инаковости, среди которых преимущественно пассивная позиция «чужих» в дискурсе, использование коммуникативных стратегий дегуманизации, обезличивания, деперсонификации, коллективизации, исключения.

Контент-аналитическое исследование показало отсутствие в проанализированных русскоязычных СМИ Германии жесткого «языка вражды» с открытыми призывами к насилию и дискриминации, вместе с тем в части проанализированных изданий обнаружен средний «язык вражды» и во всех проанализированных СМИ обнаружены имплицитные дискриминирующие практики в отношении «чужих».

Например, мигранты, беженцы из стран Африки и Ближнего Востока практически никогда не выступают от своего собственного лица в СМИ. Стратегии дегуманизации, обезличивания, коллективизации, деперсонификации проявляются как в лексическом, так и в графическом оформлении дискурса. Процессы миграции сравниваются с угрожающими потоками воды – волной, лавиной, цунами, потопом, а также с нашествием, вторжением. Публикации на тему миграционного кризиса иллюстрируются деперсонифицированными изображениями групп людей без видимых черт лица, что способствует формированию отношения к мигрантам как к обезличенной массе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях современной непростой этнополитической ситуации, вызванной миграционным кризисом, террористическими угрозами в крупных европейских городах, обострившимся религиозным размежеванием в обществе, проведение анализа этнокультурного дискурса в русскоязычных СМИ Германии становится как никогда актуальным.

Важную роль приобретают исследования медийного дискурса для решения задач гармонизации межнациональных отношений, предупреждения ксенофобии, нетерпимости, агрессии в СМИ. Представленный нами теоретический и практический материал убедительно доказывает тот факт, что пресса сегодня является основным местом для ведения межнационального, межэтнического диалога, и дальнейшее развитие механизмов этого диалога, изучение его тематических и коммуникативных характеристик приобретает все большее значение.

Как показал проведенный анализ, неоднородный характер русскоговорящего населения Германии находит свое отражение в разнообразии русскоязычной прессы Германии, что, в свою очередь, отражается в жанрово-тематическом многообразии представления этнокультурного дискурса. Выявлено, что редакции русскоязычных СМИ Германии по-своему подходят к созданию этнокультурного СМИ для русскоговорящего сообщества Германии, вследствие чего по-разному расставляют акценты в освещении этнокультурного дискурса.

Тематика современных русскоязычных СМИ широка и многогранна. Журналисты изданий затрагивают общественно-политические и экономические вопросы Германии, Евросоюза, России, стран постсоветского пространства и всего остального мира, освещают культурную, политическую и общественную жизнь русскоговорящего сообщества в Германии. Кроме этого, аудитории предлагается разнообразная справочная информация, в первую очередь, юридического характера, а также полезная информация об

образе жизни в Германии для скорейшей интеграции в принимающее общество. Во всех проанализированных изданиях аудитории предлагаются просветительские материалы об истории России и Германии, разнообразная страноведческая информация, освещаются вопросы современной российской культурной жизни. Все проанализированные издания так или иначе освещают вопросы миграционного кризиса и межкультурных, межэтнических отношений.

В ходе анализа исследуемого материала было установлено, что с точки зрения межкультурной коммуникации в русскоязычной прессе Германии реализуются два направления – стремление к интеграции в принимающее сообщество, поиск связей между странами и культурами и, как следствие, создание «круга своих», а также противоположное ему направление – отстройка от «чужаков». Максимальная актуализация проблемы «чужих» происходит в условиях европейского миграционного кризиса, обнажившего и обострившего многочисленные проблемы в обществе Германии, которые нашли свое отражение на страницах русскоязычной прессы Германии.

Показано, что максимально персонифицированное представление о «своем» контрастирует с обезличенным, дегуманизированным представлением о «чужом». На страницах русскоязычных СМИ Германии практически не встречаются личные истории мигрантов и беженцев из стран Ближнего Востока и Африки, вместо этого журналисты акцентируют внимание аудитории на постоянном увеличении числа приезжих, а также на экономических и политических эффектах миграции. Мигранты, беженцы практически не выступают в качестве источников информации, характерна их пассивная позиция в медийном дискурсе.

Отмечается, что медийная стратегия исключения, когда «другие» остаются безмолвными, и стратегия коллективизации, когда они представлены как однородная масса, вместе с введением в медийный дискурс оппозиции «мы – они», использованием метафор наводнения и вторжения и подбором деперсонифицированных изображений создают маргинализированный и

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

При этом показано, что в отношении выстраивания межкультурной коммуникации между аудиторией и принимающим сообществом в русскоязычных СМИ Германии реализуется весь спектр проявлений интеграционной функции этнокультурных СМИ, а также целый ряд ролей СМИ в межкультурной коммуникации, среди которых особенно заметны информационная, просветительская, посредническая и защитная роли СМИ.

Таким образом, в работе уточнена концепция роли СМИ в межкультурной коммуникации, определены основные характеристики этнокультурного дискурса современных русскоязычных СМИ Германии, функционирующих в условиях сложной этнополитической ситуации, проанализированы механизмы репрезентации «своего» и «чужого» на страницах русскоязычной прессы Германии, выявлены тематические и коммуникативные особенности репрезентации этнокультурных групп в медийном дискурсе.

Проанализировав научные представления о роли СМИ в межкультурной коммуникации и современные журналистские практики, мы приходим к выводу о необходимости развития диалоговой модели этнокультурного дискурса, усиления внимания к вопросам подготовки журналистских кадров, освещающих межэтническую тематику в СМИ. Необходимо обратить внимание на вопросы гуманизации медийного дискурса, реализации продуктивных ролей СМИ в межкультурной коммуникации.

Выявленные в работе характеристики этнокультурного дискурса русскоязычных СМИ Германии, несомненно, должны изучаться дальше. Рассмотренная нами проблема носит не локальный характер, а опыт изучения русскоязычной прессы Германии может быть использован при рассмотрении коммуникативных практик в медийном пространстве других полиэтнических обществ. Перспективы исследований в рамках данного направления могут быть в дальнейшем изучении коммуникативных стратегий в межкультурной

коммуникации и анализе функционирования этнокультурных СМИ в разных странах мира.

В современном мультикультурном мире вопросы межкультурной коммуникации имеют ключевое значение, и продолжающиеся процессы активизации миграционных потоков явно указывают на дальнейшее усложнение этнокультурной ситуации во всех странах мира. Публикации СМИ, являясь основным источником информации о многообразии общества, играют определяющую роль в создании этнокультурной картины мира. Формируя повестку дня, выбирая источники информации, интерпретируя события, СМИ создают особую медиареальность, конструируют образ различных этнокультурных групп. Это побуждает нас пристальнее следить за отображением межнациональных, межкультурных отношений в современном медийном дискурсе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Законы, концепции, федеральные целевые программы

1. Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года (утверждена Указом Президента Российской Федерации «Об утверждении концепции демографической политики Российской Федерации до 2025 года» от 9 октября 2007 г. № 1351, ред. от 01 июля 2014 года № 483) // Собрание законодательства РФ. – 2007. – № 42. – Ст. 5009.

2. Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации до 2025 года (утверждена Указом Президента Российской Федерации «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года» от 19 декабря 2012 г. № 1666, ред. от 6 декабря 2018 г. № 703) // Собрание законодательства РФ. – 2012. – № 52. – Ст. 7477.

3. Федеральный закон «О государственной политике Российской Федерации в отношении соотечественников за рубежом» от 24 мая 1999 г. № 99-ФЗ (принят Государственной Думой 5 марта 1999 г., ред. от 23 июля 2013 г. № 203-ФЗ) // Собрание законодательства РФ. – 1999. – № 22. – Ст. 2670.

4. Федеральная целевая программа «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе (на 2001-2005 годы)» (утверждена Постановлением Правительства Российской Федерации «О федеральной целевой программе «Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе (на 2001-2005 годы)» от 25 августа 2001 г. № 629, ред. от 6 сентября 2004 г. № 459) // Собрание законодательства РФ. – 2001. – № 36. – Ст. 3577.

5. Федеральная целевая программа «Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие народов России до 2020 года» (утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 20 августа 2013 г. № 718, утратила силу с 1 января 2017 г. в соответствии с

постановлением Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2016 г. № 1532 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Реализация государственной национальной политики») // Собрание законодательства РФ. – 2014. – № 18. – Ч. II. – Ст. 2163.

Научная и научно-методическая литература

6. Антропология медиа: теория и практика / Под ред. В.К. Мальковой, В.А. Тишкова. – М.: ИЭА РАН, 2016. – 302 с.

7. Асеева, Н.А. Альтеральное в культурологии: методологический анализ: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 24.00.01 / Асеева Наталья Алексеевна. – М., 2003. – 20 с.

8. Асмолов, А.Г. Толерантность: различные парадигмы анализа / А.Г. Асмолов // Толерантность в общественном сознании России. – М., 1998. – 135 с.

9. Асмолов, А.Г. О смыслах понятия «толерантность» / А.Г. Асмолов, Г.У. Солдатова, Л.А. Шайгерова // Век толерантности. Научно-публицистический вестник. – 2001. – № 1–2. – С. 8–18.

10. Ачкасов, В.А. Интеграция трудовых мигрантов в принимающее сообщество. Роль СМИ / В.А. Ачкасов // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2011. – Том 7. – № 4. – С. 41–51.

11. Бабич, И.Л. Теория и практика мультикультурализма / И.Л. Бабич, О.В. Родионова // Исследования по прикладной и неотложной этнологии. – М.: ИЭА РАН, 2009. – 49 с.

12. Базанов, В.А. Языковые навыки переселенцев с территории России (СССР) в Германию / В.А. Базанов // Известия высших учебных заведений. Приволжский регион. Общественные науки. – 2013. – № 4 (28). – С. 84–94.

13. Бакулина, С.Д. Толерантность: от истории понятия к современным социокультурным смыслам: учеб. пособие / С.Д. Бакулина. – М.: Флинта, 2014. – 112 с.

14. Барковский, А.Н. Русские немцы в современной Германии / А.Н. Барковский, А.Б. Шилов // Россия и современный мир. – 2011. – № 1. – С. 58–71.

15. Блохин, И.Н. Журналистика в мире национальных отношений: политическое функционирование и профессиональное участие / И.Н. Блохин. – СПб: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2008а. – 466 с.

16. Блохин, И.Н. Этнологическая культура журналиста / И.Н. Блохин // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2008б. – № 2. – С. 302–307.

17. Блохин, И.Н. Толерантность как принцип журналистской деятельности / И.Н. Блохин // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2008в. – Ст. 3. – Ч. 1. – С. 120–126.

18. Валитова, Р.Р. Толерантность: порок или добродетель? / Р.Р. Валитова // Вестник Московского университета. Сер. 7. Философия. – 1996. – № 1. – С. 33–37.

19. Вершинин, С.Е. Русскоязычная эмиграция в ФРГ: некоторые противоречия идентификации / С.Е. Вершинин // Дискуссия. – 2011. – № 2–3 (11). – С. 58–66.

20. Виимаранта, Х. Динамика русскоязычных медиа в Финляндии: лингвокультурологические аспекты / Х. Виимаранта, Е.Ю. Протасова // Медиалингвистика. – 2018. – Т. 5. – № 1. – С. 110–122.

21. Вишневский, А.Г. Миграционная стратегия России и политика толерантности / А.Г. Вишневский // Национальный психологический журнал. – 2011. – № 2 (6). – С. 90–97.

22. Войлокова, Т.Н. Адаптация русскоязычных высококвалифицированных мигрантов к трудовой деятельности в Германии / Т.Н. Войлокова // Социологические исследования. – 2013. – № 1. – С. 51–62.

23. Войлокова, Т.Н. Русские в Германии пример успешной интеграции? / Т.Н. Войлокова // Мониторинг общественного мнения. – 2011. – № 2 (102). – С. 47–57.

24. Вороненкова, Г.Ф. Освещение политики канцлера Германии в условиях миграционного кризиса 2013-2018 гг. в материалах журнала «Шпигель» / Г.Ф. Вороненкова, Ю.Р. Исланова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2019. – Т. 8. – № 3. – С. 497–511.

25. Вороненкова, Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие средств массовой информации Германии: (исторические предпосылки, особенности становления и эволюция, типологические характеристики, структура, состояние на рубеже тысячелетий) / Г.Ф. Вороненкова. – М.: Изд-во Московского ун-та, 2011. – 643 с.

26. Вороненкова, Г.Ф. Российско-германский дискурс в немецких СМИ / Г.Ф. Вороненкова // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия. Материалы междунар. науч.-практ. конф., 14-15 апреля 2016 г. – Екатеринбург: Изд-во Уральского фед. ун-та, 2016. – С. 31–34.

27. Вороненкова, Г.Ф. Русские и немцы: непрощенные войны на страницах газет, или как и почему рождаются фейк-ньюс / Г.Ф. Вороненкова, А.И. Турбин // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2019. – № 1 (183). – С. 5–17.

28. Воронова, О.А. Пресса современного русского зарубежья: между национальным и глобальным / О.А. Воронова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016. – Т. 5. – № 2. – С. 278–292.

29. Гаврилов, К.А. Невозможность диаспоры. Русские и русскоязычные в странах Евросоюза / К.А. Гаврилов // Политический журнал. – 2008. – № 11 (188). – С. 72–75.

30. Гарифуллин В.З. Роль мусульманских СМИ в обеспечении этноконфессиональной толерантности в Татарстане / В.З. Гарифуллин // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 21 (312). – С. 131–134.

31. Гербер, А. Роль СМИ в глобальном диалоге культур / А. Гербер // Материалы секционных заседаний XI Международных Лихачевских чтений

«Диалог культур в условиях глобализации» 12-13 мая 2011 г. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. гум. ун-та профсоюзов, 2011. – С. 492–494.

32. Гладкова, А.А. Современное состояние и тенденции развития этнических СМИ России (телевидение, радио, пресса, Интернет) [Электронный ресурс] / А.А. Гладкова, Д.Ю. Кульчицкая, Н.М. Лазутова, Т.С. Черевко // Электронный журнал «Медиаскоп». – 2016. – Вып. 2. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/?q=node/2116 (дата обращения 22.10.2018)

33. Головатая, Л.В. Толерантность как проблема философии образования: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.13 / Головатая Лариса Владимировна. – Ставрополь, 2006. – 22 с.

34. Гришаева, Л.И. Введение в теорию межкультурной коммуникации. Учебное пособие / Л.И. Гришаева, Л.В. Цурикова. – 4-е издание. – М.: Академия, 2007. – 336 с.

35. Грищенко, А.И. Источники возникновения экспрессивных этнонимов (этнофолизмов) в современном русском и английском языках: этимологический, мотивационный и деривационный аспекты / А.И. Грищенко // Активные процессы в современной лексике и фразеологии: Материалы междунар. конф. 8-9 июня 2007 г. – Ярославль: Ремдер, 2007. – С. 40–52.

36. Грищенко, А.И. Экспрессивные этнонимы как приметы языка вражды / А.И. Грищенко, Н.А. Николина // Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте современности: коллективная монография. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2006. – С. 175–187.

37. Гулина, О.Р. Семантика миграционных терминов / О.Р. Гулина // Журнал исследований социальной политики. – 2016. – Том 14. – № 3. – С. 331–346.

38. Гусейнов, Г. Русский в контексте немецкого [Электронный ресурс] / Г. Гусейнов // Отечественные записки. – 2005. – № 2 (23). Режим доступа: http://www.strana-oz.ru/2005/2/russkiy-v-kontekste-nemeckogo (дата обращения 27.05.2017)

39. Дариева, Ц. Возвращение на родину? Новые практики диаспорального движения / Ц. Дариева // Антропологический форум. – 2011. – № 14. – С. 230–251.

40. Дариева, Ц. Человек-Амфибия. Образ русского мигранта в Германии / Ц. Дариева // Beyond the Empire. Images of Russia in the Eurasian Cultural Context. – Sapporo: Slavic research center, Hokkaido Univ., 2008. – С. 297–319.

41. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: сборник работ / Т.А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 310 с.

42. Дзялошинская, И.М. СМИ как ресурс мультикультурализма и толерантности / И.М. Дзялошинская // Материалы секционных заседаний XI Международных Лихачевских чтений «Диалог культур в условиях глобализации» 12-13 мая 2011 г. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербург. гум. ун-та профсоюзов, 2011. – С. 497–499.

43. Дзялошинский, И.М. Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет / И.М. Дзялошинский, М.И. Дзялошинская. – М.: Московское бюро по правам человека, «Academia», 2007. – 168 с.

44. Дзялошинский, И.М. Толерантность и мультикультурализм – ценностные ориентиры СМИ / И.М. Дзялошинский // Национальный психологический журнал. – 2011. – № 2 (6). – С. 122–125.

45. Днепрова, Т.П. Эволюция смысла толерантности в истории философско-педагогической мысли / Т.П. Днепрова // Сибирский педагогический журнал. – 2009. – № 2 – С. 375–382.

46. Добросклонская, Т.Г. Медиатекст: теория и методы изучения / Т.Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 28–34.

47. Желтухина, М.Р. Медиадискурс / М.Р. Желтухина // Дискурс-пи. – 2016. – № 3–4. – С. 292–296.

48. Жирков, Г.В. Журналистика русского зарубежья XIX–XX веков / Г.В. Жирков. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2003. – 318 с.

49. Золотухин, В.М. Терпимость и толерантность: сходство и различие / В.М. Золотухин // Вестник Кузбасского государственного технического университета. – 2003. – № 2. – С. 94–100.

50. Зорин, В.Ю. От национальной политики к этнокультурной: проблемы становления доктрины и практики (1990-2002 гг.) / В.Ю. Зорин // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2003. – Том VI. – № 3. – С. 122–154.

51. Иванова, Е.О. Межкультурный дискурс в этнически ориентированных русскоязычных СМИ Германии / Е.О. Иванова // МедиаАльманах. – 2019. – № 1. – С. 182–193.

52. Карачурина, Л.Б. Иммиграционная политика Германии: успешный-неуспешный опыт / Л.Б. Карачурина // Мировая экономика и международные отношения. – 2008а. – № 7. – С. 50–60.

53. Карачурина, Л.Б. Пространственное размещение и социальная адаптация мигрантов в современной Германии: уроки для России / Л.Б. Карачурина // Региональные исследования. – 2008б. – № 1 (16). – С. 31–38.

54. Корконосенко, С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 287 с.

55. Лебедева, Н.М. Этническая и кросс-культурная психология: учебник для высших учебных заведений / Н.М. Лебедева. – М.: МАКС Пресс, 2011. – 191 с.

56. Лекторский, В.А. О толерантности, плюрализме и критицизме / В.А. Лекторский // Вопросы философии. – 1997. – № 11. – С. 49–51.

57. Лепилкина, О.И. Мультикультурализм как объект информационного внимания в российских СМИ / О.И. Лепилкина // В мире научных открытий. – 2013. – № 11 (47). – С. 207–212.

58. Лепилкина, О.И. Функции этномедиа в поликультурном обществе / О.И. Лепилкина, Х. Пётткер, С.В. Серебрякова // Гуманитарные и юридические исследования. – 2016. – № 4. – С. 246–250.

59. Лотман, Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю.М. Лотман. – М.: Язык русской культуры, 1996. – 464 с.

60. Лысенко, А.В. Зарождение берлинской русскоязычной прессы в первые послереволюционные годы / А.В. Лысенко // Вестник Московского университета. – 1999. – Т. 10. – № 1. – С. 6–16.

61. МакКуэйл, Д. Журналистика и общество. Учебное пособие / Д. МакКуэйл. – М.: МедиаМир, 2013. – 374 с.

62. Малькова, В.К. Мобилизация этнических сообществ в современной России. По материалам этнических СМИ / В.К. Малькова. – М.: ИЭА РАН, 2011. – 209 с.

63. Малькова, В.К. «Не допускается разжигание межнациональной розни»: книга об этнической журналистике. Из опыта анализа российской прессы / В.К. Малькова. – М.: Московское бюро по правам человека, «Academia», 2005. – 228 с.

64. Малькова, В.К. Этническая тематика в российском информационном пространстве / В.К. Малькова // Коммуникология. – 2014. – № 5 (3). – С. 101–117.

65. Маркина, В.М. Конструирование «Других» в масс-медиа: теоретические подходы и методология анализа: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.01 / Маркина Валерия Михайловна. – М., 2017. – 183 с.

66. Маркина, В.М. Репрезентация других в медиа: (вос)создание стереотипов и контрстратегии изображения инаковости / В.М. Маркина // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2016. – № 3. – С. 147–158.

67. Маркузе, Г. Репрессивная толерантность / Г. Маркузе. – М.: Астрель, 2011. – 384 с.

68. Мельник, Г.С. Социолингвистические маркеры экстремистского текста / Г.С. Мельник, Б.Я. Мисонжников // Гуманитарный вектор. Сер.: Филология. Востоковедение. – 2015. – № 4 (44). – С. 107–113.

69. Менг, К. Немецкоязычные элементы в русскоязычных газетах Германии / К. Менг, А.Н. Шовгенин // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2: Языкознание. – 2006. – № 5. – С. 105–114.

70. Михалев, Н.М. Русская эмигрантская периодика как инструмент формирования мирового общественного мнения [Электронный ресурс] / Н.М. Михалев // Электронный журнал «Медиаскоп». – 2009. – Вып. 3. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/русская-эмигрантская-периодика-как-инструмент-формирования-мирового-общественного-мнения (дата обращения: 12.11.2017)

71. Михалева, М.Н. Миграционная политика в Европейском союзе / М.Н. Михалева // Вестник РГГУ. Сер.: Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение. – 2017. – № 1. – С. 129–133.

72. Мукомель, В.И. Грани интолерантности (мигрантофобии, этнофобии) [Электронный ресурс] / В.И. Мукомель // Социологические исследования. – 2005. – № 2. Режим доступа: http://www.isras.ru/files/File/Socis/2005-2/mukomel.pdf (дата обращения 20.05.2017)

73. Мукомель, В.И. Российские дискурсы о миграции: «нулевые годы» / В.И. Мукомель // Россия реформирующаяся. – 2011. – № 10. – С. 86–108.

74. Нестерова, Я.А. К вопросу об особенностях употребления метафор в миграционном дискурсе Германии, Австрии, Англии и Америки / Я.А. Нестерова, Е.А. Бурова // Российский гуманитарный журнал. – 2016. – № 5 (6). – С. 565–571.

75. Никогосян, Н.М. Конструирование образов «свой», «чужой», «другой» в СМИ / Н.М. Никогосян // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2010. – Вып. 3. – С. 232–238.

76. Николсон, П.П. Толерантность как моральный идеал / П.П Николсон // Толерантность. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. – С. 129–146.

77. Овсепян, Р.П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917 – начало 90-х годов) / Р.П. Овсепян. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 304 с.

78. Овсепян, Р.П. Многонациональная печать новой России (некоторые аспекты функционирования) / Р.П. Овсепян // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. – 2011. – № 3. – С. 39–51.

79. Оглезнева, Е.А. Языковые особенности современных газет российских немцев Германии: лексика и графика / Е.А. Оглезнева, А.В. Иценко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – № 5. – С. 136–141.

80. Пименова, Е. План «б» для канцлера: миграционный кризис в политике Германии / Е. Пименова // Свободная мысль. – 2016. – № 3 (1657). – С. 189–200.

81. Подгорецкий, Й. Толерантность: понятие и концепция / Й. Подгорецкий // Вестник Томского государственного педагогического ун-та. Сер. Философия, этика, религиоведение. – 2004. – № 2. – С. 24–31.

82. Попков, В.Д. Русскоязычные пространства за рубежом: специфика формирования и основные особенности / В.Д. Попков // Вестник Института Кеннана в России. – 2011. – Вып. 19. – С. 45–56.

83. Протасова, Е.Ю. Лексические особенности русскоязычной прессы в Германии / Е.Ю. Протасова // Известия Академии Наук, Сер. литературы и языка. – 2000. – № 4. – С. 49–60.

84. Протасова, Е.Ю. Финны и русские в зеркале русскоязычной прессы Финляндии / Е.Ю. Протасова // Социологические исследования. – 2003. – № 5. – С. 113–121.

85. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики. Учебник / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.

86. Савинова, О.Н. К вопросу о трансформации функций журналистики [Электронный ресурс] / О.Н. Савинова // Электронный журнал «Медиаскоп». – 2010. – № 4. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/node/660 (дата обращения 22.10.2017)

87. Савинова, О.Н. Культурная традиция и роль СМИ в межкультурном диалоге: опыт Приволжского федерального округа / О.Н. Савинова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2012. – Т. 2. – № 1. – С. 340–344.

88. Савинова, О.Н. Этнокультурный компонент как инновационный ресурс в журналистском образовании / О.Н. Савинова // УМО Северо-Запад, Бюллетень № 9. – СПб.: Филологический ф-т СПбГУ, 2012. – С. 68–70.

89. Савинова, О.Н. Коммуникативные стратегии прессы в современном межкультурном дискурсе: теоретические подходы / О.Н. Савинова, Е.О. Иванова // Гуманитарный вектор. – 2019. – Т. 14. – № 5. – С. 87–97.

90. Савоскул, М.С. Российские немцы: образ Германии и интеграция в германское общество [Электронный ресурс] / М.С. Савоскул // Демоскоп Weekly. – 2006а. – № 251–252. Режим доступа: http://www.demoscope.ru/weekly/2006/0251/analit02.php (дата обращения: 24.04.2019)

91. Савоскул, М.С. Российские немцы в Германии: интеграция и типы этнической самоидентификации [Электронный ресурс] / М.С. Савоскул // Демоскоп Weekly. – 2006б. – № 243–244. Режим доступа: http://www.demoscope.ru/weekly/2006/0243/analit03.php (дата обращения: 24.04.2018)

92. Савоскул, М.С. Уроки миграции: модели и факторы адаптации поздних переселенцев в Германии / М.С. Савоскул // Этническая демография. Сборник статей. – М.: МАКС-Пресс, 2010. – С. 112–131.

93. Савоскул, М.С. Почему мигрант мигранту не всегда друг, товарищ и брат? Статья первая [Электронный ресурс] / М.С. Савоскул // Демоскоп Weekly. – 2016а. – № 679– 680. Режим доступа: http://www.demoscope.ru/weekly/2016/0679/demoscope679.pdf (дата обращения: 23.06.2018)

94. Савоскул, М.С. Почему мигрант мигранту не всегда друг, товарищ и брат? Статья вторая [Электронный ресурс] / М.С. Савоскул // Демоскоп Weekly. –

2016б. – № 681– 682. Режим доступа: http://www.demoscope.ru/weekly/2016/0681/demoscope681.pdf (дата обращения: 23.06.2018)

95. Самарина, И.В. Коммуникативные стратегии «создание круга чужих» и «создание круга своих» в политической коммуникации (прагмалингвистический аспект): автореф. дис. … канд. филол. наук: 10.02.19 / Самарина Ирина Владимировна. – Ростов-н/Д, 2006. – 21 с.

96. Система средств массовой информации России: Учебное пособие для вузов / Под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 259 с.

97. Смолярова, А.С. Русскоязычная пресса в интеграционных процессах ФРГ / А.С. Смолярова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2012. – № 4. – С. 160–165.

98. Смолярова, А.С. Функциональное своеобразие этнокультурных медиа [Электронный ресурс] / А.С. Смолярова // Электронный журнал «Медиаскоп». – 2014а. – № 3. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/1568 (дата обращения 15.02.2017)

99. Смолярова, А.С. Функционирование русскоязычной прессы в современной Германии: социально-политический аспект: дис. … канд. полит. наук: 10.01.10 / Смолярова Анна Сергеевна. – СПб., 2014б. – 225 с.

100. Солдатова, Г.У. Психология межэтнической напряженности / Г.У. Солдатова. – М.: Психология, 2005. – 118 с.

101. Творогова, С.В. Трансформируя пространство различий. Опыт интеграции этнокультурных меньшинств в Германии / С.В. Творогова // The Journal of Social Policy Studies. – 2012. – Т. 10. – № 1. – С. 7–26.

102. Типология периодической печати: учебное пособие / Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 237 с.

103. Тишков, В.А. «Толерантность не означает всепрощение и вседозволенность» / В.А. Тишков // Образовательная политика. – 2011. – № 2 (52). – С. 5–11.

104. Тулупов, В.В. Освещение межнациональных отношений в региональных СМИ / В.В. Тулупов // Новое в массовой коммуникации. – 2013. – № 7–8. – С. 2–4.

105. Федоров, Н.Ю. Особенности интеграции российских иммигрантов / Н.Ю. Федоров // Диаспоры. – 1999. – № 2–3. – С. 258–280.

106. Феррони, В.В. Три лика другого: «Другой», «Иной», «Чужой» / В.В. Феррони // Вестник Воронежского университета. Сер.: Философия. – 2012. – № 1. – С. 112–130.

107. Хомяков, М.Б. Проблема толерантности в современной англоязычной политической философии: основные концептуальные подходы / М.Б. Хомяков // Толерантность в современной цивилизации: материалы междунар. конференции 14-19 мая 2001 г. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. – С. 91–120.

108. Хомяков, М.Б. Толерантность и ее границы / М.Б. Хомяков // Национальный психологический журнал. – 2011. – № 2 (6). – С. 25–33.

109. Шеврекуко, М. Русскоязычное образование вне России и русскоязычная пресса: необходимость партнерства / М. Шевкуреко, М. Карлин // Русский язык вне России: сборник материалов по итогам Берлинского педагогического форума (июнь 2005 г.) / ред.-сост.: Батурин М.А. [и др.]. – М.: Этносфера, 2005. – С. 194–203.

110. Шкондин, М.В. Медиасистема в условиях интеллектуализации общества / М.В. Шкондин, О.М. Скибина // Новое в массовой коммуникации. Акценты. – 2018. – № 3–4. – С. 6–16.

111. Шовгенин, А.Н. Социолингвистическое пространство русскоязычной диаспоры Германии: на материале русскоязычной прессы ФРГ: дис. ... канд. филолог. наук: 10.02.19 / Шовгенин Александр Николаевич. – Волгоград, 2007. – 182 с.

112. Шкондин, М.В. Этническая журналистика как объект системного анализа / М.В. Шкондин, О.В. Смирнова, А.А. Гладкова // Журналистика: история и современность. Ежегодник № 11. – М.: Фак. журн. МГУ, 2018. – С. 5–13.

113. Элиас, Н. Роль СМИ в культурной и социальной адаптации эмигрантов из СНГ в Израиле / Н. Элиас // Diasporas. – 2006. –Vol. 4. – P. 85–104.

114. Язык вражды против общества. Сборник статей / сост. А.М. Верховский. – М.: Центр «Сова», 2007. – 259 с.

115. Язык мой… Проблема этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ / сост. А.М. Верховский. – М.: РОО «Центр “Панорама”», 2002. – 200 с.

116. Berry, J.W. Immigration, acculturation, and adaptation / J.W. Berry // Applied psychology. – 1997. – № 46 (1). – P. 5–34.

117. Berry, J.W. Acculturation: Living Successfully in two cultures / J.W. Berry // International Journal of Intercultural Relations. – 2005. – № 29. – P. 697–712.

118. Berry, M. Press Coverage of the Refugee and Migrant Crisis in the EU: A Content Analysis of Five European Countries / M. Berry, I. Garcia-Blanco, K. Moore. – Cardiff: Cardiff School of Journalism, Media and Cultural Studies, 2015. – 276 p.

119. Bleiker, R. The visual dehumanisation of refugees / R. Bleiker, D. Campbell, E. Hutchinson, X. Nicholson // Australian Journal of Political Science. – 2013.– Vol. 48. – № 4. – P. 398–416.

120. Brown, W. Regulating aversion. Tolerance in the Age of Identity and Empire / W. Brown. – Princeton: Princeton University Press, 2006. – 268 p.

121. Brurås, S. «The Distant Other». A study of the media coverage of refugees: were they seen, heard and understood? / S. Brurås // Журналистика как важный фактор международного сотрудничества: векторы развития: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. кафедры журналистики 13 марта 2018 г. – Н. Новгород: Нижегородский университет им. Н.И. Лобачевского, 2018. – С. 26–34.

122. Chouliaraki, L. Voice and community in the refugee crisis: a content analysis of news coverage of eight European countries / L. Chouliaraki, R. Zaborowski // International Communication Gazette. – 2017. – № 79. – P. 613–635.

123. Cottle, S. Ethnic minorities and the British news media: explaining (mis)representation / S. Cottle // The Media in Britain. – Basingstoke, Hampshire: Macmillan, 1999. – P. 191–200.

124. Cottle, S. Ethnic minorities and the media: changing cultural boundaries / S. Cottle. – Buckingham, UK: Open Univ. Press, 2000. – 242 p.

125. Cottle, S. Mediatized recognition and the «Other» / S. Cottle // Media International Australia incorporating Culture and Policy. – 2007. – № 123. – P. 34–48.

126. Deuze, M. Ethnic media, community media, and participatory culture / M. Deuze // Journalism. – 2006. – Vol. 7. – P. 262–280.

127. Dietz, B. Ethnic German immigration from Eastern Europe and the former Soviet Union to Germany: the effects of migrant networks / B. Dietz. – Bonn: Institute for the study of Labor, 1999. – 21 p.

128. Dietz, B. German and Jewish migration from the former Soviet Union to Germany: background, trends and implications / B. Dietz // Journal of Ethnic and Migration Studies. – 2000. – Vol. 26. – № 4. – P. 635–652.

129. Dijk, T.A. van. Ideology and discourse. A multidisciplinary introduction / T.A. van Dijk. – Barcelona: Pompeu Fabra University, 2000. – 118 p.

130. Dijk, T.A. van. Racism and the press / T.A. van Dijk. – London: Routledge, 1991. – 276 p.

131. Dijk, T.A. van. Racist discourse / T.A. van Dijk // Routledge Encyclopedia of Race and Ethnic studies. – London: Routledge, 2004. – P. 351–354.

132. Georgiou, M. Council of Europe report: Media coverage of the «refugee crisis»: A cross-European perspective / M. Georgiou, R. Zaborowski. – London: Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science, 2017. – 17 p.

133. Hall, S. The West and the Rest: discourse and power / S. Hall // Formations of Modernity. – Cambridge: Basil Blackwell and the Open University, 1992. – P. 275–320.

134. Hall, S. The spectacle of the «Other» / S. Hall // Representation: cultural representations and signifying practices. – London: SAGE Publications, 1997. – P. 223–290.

135. Hanewinkel, V. Country Profile. Focus migration. Germany / V. Hanewinkel, J. Oltmer. – Osnabrück: Institute for Migration Research and Intercultural Studies of the University of Osnabrück, 2017. – 15 p.

136. Lazarsfeld, P.F. Some remarks on the role of mass media in so-called tolerance propaganda / P.F. Lazarsfeld // Journal of Social Issues. – 1947. – 3 (3). – P. 17–25.

137. Matsaganis, M.D. Understanding ethnic media producers, consumers, and societies / M.D. Matsaganis, V.S. Katz, S.J. Ball-Rokeach. – Los Angeles: SAGE Publications, 2011. – 314 p.

138. Nikunen, K. Media in motion / K. Nikunen, E. Eide. – London: Routledge, 2011. – 296 p.

139. Ojo, T. Ethnic print media in the multicultural nation of Canada: A case study of the black newspaper in Montreal / T. Ojo // Journalism. – 2006. – 7 (3). – P. 343–361.

140. Petersoo, P. Discursive construction of national identities in the media: Scotland and others / P. Petersoo. – Edinburgh: The University of Edinburgh, 2005. – 262 p.

141. Triandafyllidou, A. National identity and the «other» / A. Triandafyllidou // Ethnic and Racial Studies. – 1998. – № 21 (4). – P. 593–612.

142. Smoliarova, A.S. Management decisions of Russian-language newspapers in Germany in the time of structural media crisis / A.S. Smoliarova, K.R. Nigmatullina // Mediterranean Journal of Social Sciences. – 2015. – № 6. – P. 68–74.

143. Williams, B. Toleration, a political or moral question? / B. Williams // Tolerance between intolerance and the intolerable. – Providence: Berghahn, 1996. – P. 35–52.

144. White, C.D. The impact of media reliance on the role of perceived threat in predicting tolerance of Muslim cultural practice / C.D. White., J. Duck, P. Newcombe // Journal of Applied Social Psychology. – 2012. – № 42. – P. 51–82.

Источники

145. Абдуллин, Р. Как защитить соотечественников за рубежом? / Р. Абдуллин // МК-Соотечественник. – 2017. – № 4. – С. 11.

146. Айзенберг-Гальперина, Е. В поисках места под солнцем / Е. Айзенберг-Гальперина // Новые земляки. – 2017. – № 2. – С. 20.

147. Антонова, А. Как Берлин принимает беженцев / А. Антонова // Партнер. – 2015. – № 11. – С. 62–63.

148. Бабич, Д. Поражение мультикультурализма? [Электронный источник] / Д. Бабич // РИА Новости. – 2010. – 20 октября. Режим доступа: https://ria.ru/20101020/287486460.html (дата обращения 10.03.2019)

149. Байтцер, Х. Русские немцы-невидимые мигранты [Электронный источник] / Х. Байтцер // Süddeutsche Zeitung. – 2017. – 16 августа. Режим доступа: http://www.sueddeutsche.de/politik/waehlerpotenzial-fuer-die-afdrusslanddeutsche-die-unsichtbaren-migranten-1.3627750 (дата обращения 03.2.2019)

150. Балберов, К. Что нам Идлиб / К. Балберов // Русская Германия. – 2018. – № 36. – С. 7.

151. Бартули, И. Мы немцы, даже если утратили родной язык / И. Бартули // Новые земляки. – 2019. – № 3. – С. 16.

152. Баст, М. Разговоры за столом / М. Баст // Партнер. – 2015. – № 7. – С. 98–99.

153. Белая книга по межкультурному диалогу. «Жить вместе в равном достоинстве»: утверждена министрами иностранных дел стран-членов Совета Европы на 118-й сессии Комитета министров. – Страсбург: Совет Европы, 2008. – 73 с.

154. Беленчиков, Р. Об особенностях речевого поведения русскоязычного населения Германии [Электронный ресурс] / Р. Беленчиков. – 2006. Режим доступа: http://www.russisch-fuerkinder.de/pdf/bilingvizm_v_germanii_21_vek.pdf (дата обращения 20.01.2018)

155. Бендер, Ф. Где наша родина? / Ф. Бендер // Новые земляки. – 2016. – № 7. – С. 27.

156. Бехтольд, Л. Митинг в Бремерхафене / Л. Бехтольд // Новые земляки. – 2016. – № 2. – С. 5.

157. Британов, М. Когда претензии соседей можно оставить без внимания? / М. Британов // МК-Соотечественник. – 2018. – № 6. – С. 10.

158. Британов, М. Сейчас и немцы с трудом находят работу / М. Британов // МК-Соотечественник. – 2017. – № 10. – С. 10.

159. Британов, М. Траурные марши во время игр ЦСКА / М. Британов // МК-Соотечественник. – 2015. – № 2. – С. 18.

160. Будовер, И. Открытое письмо / И. Будовер // Партнер. – 2015. – № 11. – С. 65.

161. Вайден, А. Бесплатно только птицы улетают? [Электронный ресурс] / А. Вайден // Русская Германия. – 2018. – 21 ноября. Режим доступа: http://www.rg-rb.de/index.php?option=com_rg&task=item&id=23557 (дата обращения 02.03.2019)

162. Вайден, А. Скандал – это прибыль // Русская Германия. – 2018. – № 6. – С. 5.

163. Вебер, Б. Справедливость должна восторжествовать / Б. Вебер // Новые земляки. – 2016. – № 8. – С. 12.

164. Векслер, О. Исламизация Германии / О. Векслер // Партнер. – 2015. – № 1. – С. 10.

165. Векслер, О. Куда бежать от беженцев? / О. Векслер // Партнер. – 2015. – № 9. – С. 56–57.

166. Векслер, О. Европа в огне / О. Векслер // Партнер. – 2015. – № 12. – С. 12–13.

167. Вунш, Е. Если сосед не прав… / Е. Вунш // МК-Соотечественник. – 2015. – № 3. – С. 17.

168. Ганина, О. Главный вывод контрразведки депутаты обходят молчанием / О. Ганина // Русская Германия. – 2019. – № 19. – С. 6.

169. Герман, А. Жениться на иностранке непросто / А. Герман // Новые земляки. – 2016. – № 4. – С. 44.

170. Герман, А. Жить стало…беспокойнее / А. Герман // Новые земляки. – 2017. – № 4. – С. 40.

171. Герман, А. Новые методы воспитания / А. Герман // Новые земляки. – 2015. – № 9. – С. 45.

172. Герман, А. Образование мигрантов – социальная проблема / А. Герман // Новые земляки. – 2015. – № 1. – С. 26.

173. Герман, И. Предоставление отпуска / А. Герман // МК-Соотечественник. – 2019. – № 2. – С. 11.

174. Гладкова, А.А. Интервью для портала «Национальный акцент» [Электронный ресурс] / А.А. Гладкова. – 2018. – 10 января. Режим доступа: https://nazaccent.ru/interview/101/ (дата обращения 13.03.2019)

175. Глазунова, Л. Почему возник новый миграционный кризис в Европе? / Л. Глазунова // МК-Соотечественник. – 2018. – № 8. – С. 22.

176. Головина, Т. Беженцы в Европе / Т. Головина // Новые земляки. – 2015. – № 9. – С. 4.

177. Головина, Т. Евгений Гафнер: «Слушать человека – это и есть профессия врача / Т. Головина // Новые земляки. – 2016. – № 8. – С. 10.

178. Головина, Т. Часть общенемецкой истории / Т. Головина // Новые земляки. – 2018. – № 9. – С. 8–9.

179. Горбачева, Е. Какая ты, будущая родина? / Е. Горбачева // Русская Германия. – 2018. – № 6. – С. 3.

180. Горят лагеря беженцев // Новые земляки. – 2015. – № 8. – С. 3.

181. Грегор, П. Меркель просит сдерживать беженцев / П. Грегор // Новые земляки. – 2015. – № 10. – С. 3.

182. Грищенко, О. Проблемы беженцев глазами врача / О. Грищенко // Партнер. – 2015. – № 11. – С. 64–65.

183. Гусс, Й. Российские немцы – гарант стабильности Германии / Й. Гусс // Новые земляки. – 2018. – № 7. – С. 14.

184. Дебрер, С. Германия капитулирует перед антисемитизмом? / С. Дебрер // Русская Германия. – 2019. – № 23. – С. 5.

185. Дебрер, С. Народ хочет быть услышан / С. Дебрер // Партнер. – 2015. – № 1. – С. 61.

186. Дебрер, С. О беженцах либо хорошо, либо ничего / С. Дебрер // Партнер. – 2016. – № 3. – С. 70.

187. Дебрер, С. «Шариатская полиция» в нашей стране допустима / С. Дебрер // Русская Германия. – 2016. – № 47. – С. 4.

188. Дебрер, С. Штормовое предупреждение / С. Дебрер // Русская Германия. – 2016. – № 6. – С. 1.

189. Зольдт, Р. Кризис, связанный с беженцами. Негодование русских немцев [Электронный ресурс] / Р. Зольдт // Frankfurter Allgemeine Zeitung. – 2016. – 11 февраля. Режим доступа: https://inosmi.ru/social/20160212/235389169.html (дата обращения 23.02.2017)

190. Елистратова, Л. О российских женах иностранных мужей… и не только / Л. Елистратова, Ф. Исмагилова // Партнер. – 2016. – № 9. – С. 58–59.

191. Еременко, Ю. «Мы знаем свои права» / Ю. Еременко // МК-Соотечественник. – 2015. – №. 8. – С. 21.

192. Ионкис, Г. Империя и свобода. Уроки Киплинга / Г. Ионкис // Партнер. – 2015. – № 12. – С. 78–80.

193. Казанский, С. Отчего душа так певуча / С. Казанский // МК-Соотечественник. – 2015. – № 4. – С. 25.

194. Калихман, Г. Этюд о виртуальном будущем / Г. Калихман // Партнер. – 2015. – № 12. – С. 42–43.

195. Каматозов, А. Беженцы «No pasaran!» / А. Каматозов // Русская Германия. – 2016. – № 12. – С. 2.

196. Каматозов, А. Откопаем Муаммара, чтобы не было кошмара? / А. Каматозов // Русская Германия. – 2015. – № 21. – С. 1.

197. Кирх, Р. «Соло» на кассовом аппарате / Р. Кирх // МК-Соотечественник. – 2015. – № 3. – С. 10.

198. Короткова, Е. Восточная сказка Магриба / Е. Короткова // МК-Соотечественник. – 2017. – № 4. – С. 14.

199. Кочанов, Е. Война без конца / Е. Кочанов // Партнер. – 2016. – № 2. – С. 14–15.

200. Кочанов, Е. «Войнушка» с непредсказуемыми последствиями / Е. Кочанов // Партнер. – 2015. – № 11. – С. 12–13.

201. Кочанов, Е. Заметки о международном терроризме / Е. Кочанов // Партнер. – 2016. – № 5. – С. 14–15.

202. Кочанов, Е. Очень большая игра / Е. Кочанов // Партнер. – 2017. – № 7. – С. 14–15.

203. Красивая осень // Партнер. – 2015. – № 11. – С. 6.

204. Кротов, А. «Альтернатива для Германии». Не слишком ли много блинов комом? / А. Кротов // Партнер. – 2016. – № 7. – С. 10.

205. Кротов, А. Время эйфории прошло / А. Кротов // Партнер. – 2015. – № 11. – С. 8–9.

206. Кротов, А. Зимнее «потепление» / А. Кротов // Партнер. – 2016. – № 1. – С. 8.

207. Кротов, А. Каким будет ответ страны? / А. Кротов // Партнер. – 2017. – № 1. – С. 8–9.

208. Кротов, А. Проблема антисемитизма в Германии / А. Кротов // Партнер. – 2018. – № 1. – С. 8.

209. Кротов, А. PEGIDA. Аргументы «за» и «против» / А. Кротов // Партнер. – 2015. – № 3. – С. 8–9.

210. Кротов, Ю. Где мой спасательный круг? / Ю. Кротов // Партнер. – 2017. – № 5. – С. 60–62.

211. Кротов, Ю. Наши соседи-курды / Ю. Кротов // Партнер. – 2017. – № 7. – С. 60–61.

212. Крошин, Г. «Россия в гостях у Эссена»: войне здесь не место / Г. Крошин // МК-Соотечественник. – 2016. – № 12. – С. 17.

213. Кузнецова, А. Сирийский Берлин / А. Кузнецова // Русская Германия. – 2016. – № 6. – С. 10.

214. Куренной, В.А. Структурный анализ русскоязычных печатных СМИ в Германии [Электронный ресурс] / В.А. Куренной. – 2006. Режим доступа: http://www.fundeh.org/files/projects/elements/34/strukturnyj_analiz_russkoyazychnyh_pechatnyh_smi_g.phd (дата обращения 10.08.2017)

215. Левский, П. Братислава закрыла Европу для беженских масс / П. Левский // Русская Германия. – 2016. – № 38. – С. 2.

216. Левский, П. Кем богаты, тем не рады / П. Левский // Русская Германия. – 2016. – № 12. – С. 2.

217. Левский, П. Самое немецкое / П. Левский // Русская Германия. – 2015. – № 34. – С. 6.

218. Лильке, Б. В Казахстане немцы, здесь – русские / Б. Лильке // Новые земляки. – 2015. – № 2. – С. 12.

219. Лильке, Б. Мы благодарны Германии / Б. Лильке, О. Лильке // Новые земляки. – 2015. – № 12. – С. 12.

220. Листов, И. Ангеле Меркель предстоят нелегкие времена / И. Листов // Партнер. – 2015. – № 12. – С. 10.

221. Листов, И. О предстоящем отпуске и террористической опасности / И. Листов // Партнер. – 2016. – № 2. – С. 58–59.

222. Лукина, Т. Рождество в русской литературе / Т. Лукина // МК-Соотечественник. – 2015. – № 1. – С. 29.

223. Лямина, М. Когда стены плачут / М. Ляпина // МК-Соотечественник. – 2015. – № 5. – С. 4.

224. Лямина, М. 95-летие МК / М. Ляпина // МК-Соотечественник. – 2015. – № 1. – С. 4–5.

225. Маерцке, В. Письма как «злые мальчики» / В. Маерцке // Русская Германия. – 2016. – № 47. – С. 20.

226. Мельникова, К. Бедная Лиза [Электронный ресурс] / К. Мельникова, А. Куприянов // Lenta.ru. – 2016. – 21 января. Режим доступа: https://lenta.ru/articles/2016/01/20/girl/ (дата обращения 24.05.2017)

227. Мячина, К. (Не)немцы: как живут русские немцы в Берлине [Электронный ресурс] / К. Мячина // OpenDemocracy. – 2018. – 24 января. Режим доступа: https://www.opendemocracy.net/od-russia/katya-myachina/kak-zhivut-russkie-nemzy-v-berline?fbclid=IwAR3jHNfD5MWm5YEZbk4uPGS85mVIy4uETUVL8M6b1WBf8Z4VikFWWeNdbCc (дата обращения 25.02.2019)

228. Навара, И. Беженцы в федеральной земле Гессен / И. Навара // Партнер. – 2017 – № 1. – С. 64–65.

229. Навара, И. Поразмышляем о русско-немецких браках / И. Навара // Партнер. – 2015. – № 7. – С. 64–65.

230. Найт, Б. Миграционный кризис стал стресс-тестом для Германии: что он выявил [Электронный ресурс] / Б. Найт // Deutsche Welle. – 2019. – 10 мая. Режим доступа: https://p.dw.com/p/3IEya (дата обращения 15.06.2019)

231. Натансон, У. Оценить немецких мужчин по достоинству / У. Натансон // Партнер. – 2015. – № 5. – С. 46.

232. Наш человек в Бундестаге // Партнер. – 2016. – № 1. – С. 56–57.

233. Нетцер, Н. Поддержка на родном языке / Н. Нетцер // Новые земляки. – 2016. – № 5. – С. 45.

234. Нечаев, С. Диаспора способствует повышению авторитета России в зарубежной среде / С. Нечаев // МК-Соотечественник. – 2019. – № 5. – С. 18.

235. Овчинская, Ю. Упрощение въезда в Германию для поздних переселенцев / Ю. Овчинская // МК-Соотечественник. – 2017. – № 3. – С. 9.

236. Онлайн-библиотека русскоязычной прессы Германии [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://pressaru.eu/ (дата обращения 12.08.2019)

237. Парасюк, И. Как мусульмане Албании спасали евреев / И. Парасюк // Партнер. – 2016. – № 7. – С. 68–69.

238. Пока звучит музыка // МК-Соотечественник. – 2016. – № 8. – С. 22.

239. По письмам читателей // Новые земляки. – 2016. – № 4. – С. 12.

240. Прохорова, В. «Немцы думают, что интеграция – это как производить сосиски» / В. Прохорова // Русская Германия. – 2016. – № 47. – С. 9.

241. Пуэ, Т. Волна беженцев и поздние переселенцы / Т. Пуэ // Партнер. – 2015. – № 11. – С. 16.

242. Райнхардт, О. Какая партия изменит жизнь к лучшему? / О. Райнхардт // Новые земляки. – 2017. – № 6. – С. 23.

243. Роско, А. Тинейджер-ниндзя / А. Роско, В. Шнайдер // МК-Соотечественник. – 2016. – № 4. – С. 24.

244. Сайт журнала «У нас в Баварии» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://beiunsinbayern.de/ru (дата обращения 20.05.2019)

245. Сайт учреждения «Московский дом национальностей» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://mdn.ru/ (дата обращения 13.03.2018)

246. Сайт центра «Этносфера» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://etnosfera.ru/ (дата обращения 13.03.2018)

247. Смирнов, М. Мусульмане за интеграцию, немцы – за высокий забор / М. Смирнов // Русская Германия. – 2015. – № 3. – С. 6.

248. Сотни террористов среди беженцев // Новые земляки. – 2016. – № 8. – С. 4.

249. Татарникова, В. Каждый год в Риге маршируют ветераны СС / В. Татарникова // МК-Соотечественник. – 2019. – № 5. – С. 6.

250. Татарникова, В. Цена толерантности / В. Татарникова // МК-Соотечественник. – 2016. – № 2. – С. 18.

251. Франц, Я. Успешные дети – успешная страна / Я. Франц // МК-Соотечественник. – 2015. – № 1. – С. 28.

252. Фролова, И. Грядет новый расцвет антисемитизма на континенте? / И. Фролова // Русская Германия. – 2018. – № 50. – С. 3.

253. Хеккер, Т. Шанс для Германии? / Т. Хеккер // Новые земляки. – 2016. – № 2. – С. 4.

254. Чаландзия, Э. Виктор Терешевич: «Я живу на работе» / Э. Чаландзия // Русская Германия. – 2015. – № 34. – С. 20.

255. Шабан, А. Исламофобия охватывает Германию / А. Шабан // Партнер. – 2016. – № 9. – С. 62.

256. Шефер, Э. Свадьба в СССР: как это было. Традиционная немецкая свадьба / Э. Шефер // Новые земляки. – 2015. – № 8. – С. 32–33.

257. Шмидт, А. Какие шансы у беженцев в Германии? / А. Шмидт // Новые земляки. – 2015. – № 9. – С. 7.

258. Шмидт, В. Трудный путь наверх / В. Шмидт // Новые земляки. – 2018. – № 4. – С. 22.

259. Шнайдер, В. «Криминальная» миграция / В. Шнайдер // МК-Соотечественник. – 2016. – № 8. – С. 27.

260. Штурман, А. Конец шенгенскому договору? / А. Штурман // Новые земляки. – 2015. – № 10. – С. 42.

261. Штурман, А. Jugendamt: страшилки из интернета / А. Штурман // Новые земляки. – 2016. – № 2. – С. 44.

262. Эскузян, Г. Неоплачиваемый отпуск / Г. Эскузян // МК-Соотечественник. – 2018. – № 12. – С. 10.

263. Эскузян, Г. Продать квартиру русским? / Г. Эскузян // МК-Соотечественник. – 2015. – № 1. – С. 16.

264. Эскузян, Г. Русскому негоже руководить немцами / Г. Эскузян // МК-Соотечественник. – 2015. – № 3. – С. 17.

265. Этический кодекс журналистов, освещающих межэтническую тематику в Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://nazaccent.ru/help/eticheskij-kodeks-zhurnalistov-osveshayushih-mezhe/ (дата обращения 12.02.2017)

266. Юрченко, Л. Имидж России и имидж диаспоры неразделимы / Л. Юрченко // МК-Соотечественник. – 2017. – № 4. – С. 4.

267. Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund – Ergebnisse des Mikrozensus 2017. – Berlin: Statistisches Bundesamt, 2018. – 520 p.

268. Fortschritte bei Sprache und Beschäftigung [Электронный ресурс]. – 2019. – 25 января. Режим доступа: http://www.bamf.de/SharedDocs/Meldungen/DE/2019/20190125-interview-ka-iab-bamf-soep.html (дата обращения 26.05.2019)

269. International Migration Report: Highlights. United Nations. – New York: Department of Economic and Social Affairs, Population Division, 2017. – 31 p.

270. National minorities, minority and regional languages in Germany. – Berlin: Federal Ministry of the Interior, 2015. – 81 p.

271. Storey, S. Shooting spurs hashtag effort on stereotypes [Электронный ресурс] / S. Storey, A. Blinder // The New York Times. – 2014. – 13 августа. Режим доступа: https://www.nytimes.com/2014/08/13/us/if-they-gunned-me-down-protest-on-twitter.html (дата обращения 12.03.2018)

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Общая характеристика издания

Название	
Тип издания	
С какого года выходит	
Издательство	
Целевая аудитория	
Тираж	
Периодичность	
Цвет	
География распространения	
Способ распространения	
Объем	

Приложение 2. Программа контент-анализа публикаций

Тематическое разнообразие материалов					
Публикации на этнокультурную тему	**Тональность**			**Число**	**%**
	Положительная	**Отрицательная**	**Нейтральная**		
1. Жизнь русскоговорящего сообщества Германии					
культурная, общественная, политическая жизнь сообщества					
выдающиеся русскоговорящие, истории успеха					
трудности интеграции					
вопросы сохранения русского языка					
2. Полезная информация, направленная на интеграцию					
3. Межэтнические, межкультурные отношения: состояние и проблемы					
русскоговорящие и принимающее общество					
российско-немецкие отношения					
тема антисемитизма					
отношения христианство–ислам					
межэтнические конфликты в мире					
радикальный ислам					

праворадикальные движения в Европе					
иное					
4. Вопросы миграции					
миграционный кризис, нелегальная миграция					
миграционная политика, действия властей, последствия миграционного кризиса					
криминал, совершенный беженцами					
адаптация мигрантов, беженцев					
квалифицированная миграция					
контекст миграционного кризиса					
иное					
5. Культурно-просветительская информация					
о России					
о немцах, о Германии					
о евреях, об Израиле					
о российских немцах					
о странах происхождения беженцев, мигрантов					
о странах постсоветского пространства					
иное					

Приложение 3. Дискурсивные характеристики публикаций на этнокультурную тему

1. Позиция участников	**Активная**	**Пассивная**
2. Иллюстрация, сопровождающая материал	**Персонифицированная** (видны черты лица, крупный план)	**Обезличенная** (не видны черты лица)
3. Трансляция национальных стереотипов, использование оценочной лексики, метафор, иных лексических средств выразительности (записать примеры)	**Положительные**	**Отрицательные** («язык вражды»)
о русских		
о российских немцах		
о коренных немцах		
о мигрантах, беженцах		
иное		
4. Используемые стратегии отображения этнокультурных групп	**Отчуждение**	**Преодоление отчуждения**
	• Поляризация • Коллективизация • Патологизация • Гомогенизация	• Индивидуализация • Гуманизация • Персонификация

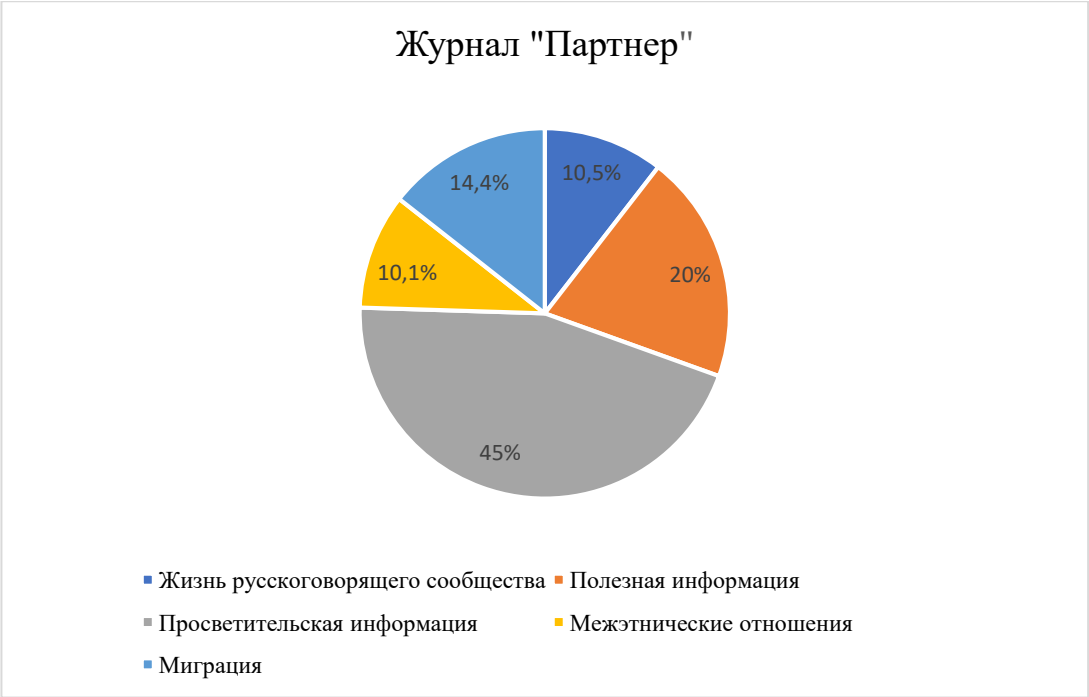
	• Обезличивание • Дегуманизация • Исключение • Деперсонификация • Стереотипизация • Драматизация • Деконтекстуализация	• Включение в дискурс • Добавление контекста • Признание гетерогенности

Приложение 4. Этнокультурная тематика на страницах русскоязычных СМИ Германии

Журнал "Партнер"
35,5%
64,5%
Остальные публикации
Этнокультурная тематика

Газета "Новые земляки"
33,9%
66,1%
Остальные публикации
Этнокультурная тематика

Приложение 5. Тематическое разнообразие материалов на этнокультурную тему в русскоязычных СМИ Германии


Журнал "Партнер"
10,5%
20%
45%
10,1%
14,4%
Жизнь русскоговорящего сообщества
Полезная информация
Просветительская информация
Межэтнические отношения
Миграция

Газета "Новые земляки"
35%
13%
39%
6%
7%
Жизнь русскоговорящего сообщества
Полезная информация
Просветительская информация
Межэтнические отношения
Миграция

Приложение 6. Контент-анализ публикаций издания «Русская Германия»

Тематическое разнообразие материалов					
Публикации на этнокультурную тему	**Тональность**			**Число**	**%**
	Положительная	**Отрицательная**	**Нейтральная**		
1. Жизнь русскоговорящего сообщества Германии				**23**	**2,9**
культурная, общественная, политическая жизнь сообщества			19	19	82,6
выдающиеся русскоговорящие, истории успеха	4			4	17,4
трудности интеграции					
вопросы сохранения русского языка					
2. Полезная информация, направленная на интеграцию				**258**	**32,9**
3. Межэтнические, межкультурные отношения: состояние и проблемы				**144**	**18,4**
русскоговорящие и принимающее общество			6	6	4,2
российско-немецкие отношения			13	13	9
тема антисемитизма		17		17	11,8
отношения христианство–ислам					
межэтнические конфликты в мире			23	23	15,9

радикальный ислам		47		47	32,6
праворадикальные движения в Европе		23		23	15,9
иное			15	15	10,4
4. Вопросы миграции				**156**	**19,9**
миграционный кризис, нелегальная миграция			42	42	26,9
миграционная политика, действия властей, последствия миграционного кризиса		5	29	34	21,8
криминал, совершенный беженцами			45	45	28,8
адаптация мигрантов, беженцев	5			5	3,2
квалифицированная миграция			2	2	1,3
контекст миграционного кризиса			11	11	7
иное			17	17	11
5. Культурно-просветительская информация				**203**	**25,9**
о России			67	67	33
о немцах, о Германии			59	59	29
о евреях, об Израиле			7	7	3,4
о российских немцах			12	12	6
о странах происхождения беженцев, мигрантов					
о странах постсоветского пространства					
иное			58	58	28,6
				784	**100**

Приложение 7. Контент-анализ публикаций издания «Московский Комсомолец-Соотечественник»

Тематическое разнообразие материалов					
Публикации на этнокультурную тему	**Тональность**			**Число**	**%**
	Положительная	**Отрицательная**	**Нейтральная**		
1. Жизнь русскоговорящего сообщества Германии				**182**	**30,9**
культурная, общественная, политическая жизнь сообщества	126		19	145	79,7
выдающиеся русскоговорящие, истории успеха	14			14	7,7
трудности интеграции					
вопросы сохранения русского языка	23			23	12,6
2. Полезная информация, направленная на интеграцию				**134**	**22,7**
3. Межэтнические, межкультурные отношения: состояние и проблемы				**115**	**19,5**
русскоговорящие и принимающее общество	4	14		18	15,6
российско-немецкие отношения	61	4	13	78	67,8
тема антисемитизма					
отношения христианство–ислам		3		3	2,6

межэтнические конфликты в мире					
радикальный ислам		2		2	1,7
праворадикальные движения в Европе					
иное			14	14	12,2
4. Вопросы миграции				**17**	**3**
миграционный кризис, нелегальная миграция	3		7	10	58,9
миграционная политика, действия властей, последствия миграционного кризиса	1			1	5,9
криминал, совершенный беженцами		3		3	17,6
адаптация мигрантов, беженцев	1	1		2	11,7
квалифицированная миграция					
контекст миграционного кризиса					
иное			1	1	5,9
5. Культурно-просветительская информация				**141**	**23,9**
о России			88	88	62,4
о немцах, о Германии			25	25	17,7
о евреях, об Израиле					
о российских немцах					
о странах происхождения беженцев, мигрантов		1		1	0,7
о странах постсоветского пространства			3	3	2,1
иное			24	24	17
				589	**100**

Приложение 8. Контент-анализ публикаций издания «Партнер»

Тематическое разнообразие материалов					
Публикации на этнокультурную тему	**Тональность**			**Число**	**%**
	Положительная	**Отрицательная**	**Нейтральная**		
1. Жизнь русскоговорящего сообщества Германии				**54**	**10,5**
культурная, общественная, политическая жизнь сообщества	23			23	42,6
выдающиеся русскоговорящие, истории успеха	21			21	38,9
трудности интеграции	3			3	5,6
вопросы сохранения русского языка	7			7	12,9
2. Полезная информация, направленная на интеграцию				**102**	**20**
3. Межэтнические, межкультурные отношения: состояние и проблемы				**52**	**10,1**
русскоговорящие и принимающее общество	8	2	1	11	21,2
российско-немецкие отношения	3	2		5	9,6
тема антисемитизма		8		8	15,4
отношения христианство–ислам	2	10		12	23,1
межэтнические конфликты в мире			6	6	11,5
радикальный ислам		6		6	11,5

праворадикальные движения в Европе		1	1	2	3,8
иное			2	2	3,8
4. Вопросы миграции				**74**	**14,4**
миграционный кризис, нелегальная миграция	3	4		7	9,5
миграционная политика, действия властей, последствия миграционного кризиса	7	5	4	16	21,6
криминал, совершенный беженцами		24		24	32,4
адаптация мигрантов, беженцев	6	1		7	9,5
квалифицированная миграция	7			7	9,5
контекст миграционного кризиса			13	13	17,5
иное					
5. Культурно-просветительская информация				**231**	**45**
о России			58	58	25,1
о немцах, о Германии			55	55	23,8
о евреях, об Израиле			16	16	6,9
о российских немцах			1	1	0,4
о странах происхождения беженцев, мигрантов			15	15	6,5
о странах постсоветского пространства			15	15	6,5
иное			71	71	30,7
				513	**100**

Приложение 9. Контент-анализ публикаций издания «Новые земляки»

Тематическое разнообразие материалов					
Публикации на этнокультурную тему	**Тональность**			**Число**	**%**
	Положительная	**Отрицательная**	**Нейтральная**		
1. Жизнь русскоговорящего сообщества Германии				**216**	**35**
культурная, общественная, политическая жизнь сообщества			62	62	28,7
выдающиеся русскоговорящие, истории успеха	147			147	68,1
трудности интеграции		7		7	3,2
вопросы сохранения русского языка					
2. Полезная информация, направленная на интеграцию				**81**	**13**
3. Межэтнические, межкультурные отношения: состояние и проблемы				**35**	**6**
русскоговорящие и принимающее общество	1	10		11	31,4
российско-немецкие отношения	8	2		10	28,5
тема антисемитизма					
отношения христианство–ислам	3	2		5	14,3
межэтнические конфликты в мире			1	1	2,9
радикальный ислам		5		5	14,3

праворадикальные движения в Европе		2	1	3	8,6
иное					
4. Вопросы миграции				**44**	**7**
миграционный кризис, нелегальная миграция		13	4	17	38,6
миграционная политика, действия властей, последствия миграционного кризиса	3	7		10	22,7
криминал, совершенный беженцами		4	1	5	11,4
адаптация мигрантов, беженцев	6	6		12	27,3
квалифицированная миграция					
контекст миграционного кризиса					
иное					
5. Культурно-просветительская информация				**240**	**39**
о России			16	16	6,7
о немцах, о Германии			44	44	18,3
о евреях, об Израиле			2	2	0,8
о российских немцах			157	157	65,4
о странах происхождения беженцев, мигрантов					
о странах постсоветского пространства			3	3	1,3
иное			18	18	7,5
				616	**100**