А.А. Гладкова, кандидат филологических наук, старший научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: gladkova_a@list.ru

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ВЕБ-САЙТЫ ЭТНИЧЕСКИХ ГРУПП РОССИИ КАК ОТРАЖЕНИЕ ЯЗЫКОВОГО И КУЛЬТУРНОГО ПЛЮРАЛИЗМА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В статье отражены результаты исследования 124 веб-сайтов на татарском, башкирском, чувашском и чеченском языках и/или посвященных различным аспектам общественной жизни этих этнических групп (*культура, массмедиа, деятельность государственных и негосударственных объединений соответствующих республик*). *Веб-сайты были проанализированы по критериям наличия оригинального контента, актуальной информации, моно-, би- или мультилингвального характера веб-сайтов, а также степени их интерактивности с интернет-пользователями. Проведенное исследование позволило выявить основные количественные и качественные особенности выбранных интернет-ресурсов, а также определить факторы, влияющие как на востребованность подобных ресурсов в частности, так и на характер языкового и культурного многообразия в рунете в принципе. В числе таких факторов называются уровень цифровых компетенций пользователей и их мотивация создавать оригинальный контент на родном языке.*

Ключевые слова: *этнические группы, плюрализм, веб-сайты, татары, башкиры, чуваши, чеченцы, Россия.*

This article presents the results of the analysis of 124 websites in the Tatar, Bashkir, Chuvash and Chechen languages and/or focusing on various aspects of these ethnic groups' life (*their culture, mass media, governmental and non-governmental organizations*). *All websites were analyzed according to the following criteria: originality of content, acuteness, mono-, bi- or multi-lingual nature of websites, degree of their interactivity with Internet users. The study revealed main quantitative and qualitative characteristics of the websites under analysis. It also helped to determine factors influencing both the demand for such websites, and the degree of linguistic and cultural pluralism in Runet in general. Among such factors the author names the digital skills of users and their motivation to create original content in native languages.*

Key words: *ethnic groups, pluralism, websites, Tatar, Bashkir, Chuvash, Chechen, Russia.*

Введение

В условиях глобализации, нарастающей мобильности людей, приобретения рядом языков — английским, испанским, китайским и другими [Garland, 2006] — статуса языков международного общения обнаруживается очевидная тенденция к исчезновению большого количества языков и диалектов. Согласно прогнозу

ЮНЕСКО, около половины из существующих в настоящее время 6000 языков могут исчезнуть к концу этого века[1]. Проблема усугубляется тем, что утрата языков с высокой долей вероятности повлечет за собой потерю культурного наследия этнических групп, говорящих на этих языках. Следует отметить, что для России, с ее масштабной территорией и большим населением, проблема исчезновения языкового и культурного многообразия стоит особенно остро. Как показывает разработанный ЮНЕСКО мировой атлас языков, находящихся в опасности, в России сегодня насчитывается 131 язык, которым в той или иной степени грозит исчезновение [ibid.].

Проблема утраты языкового и культурного плюрализма была освещена в работах многих исследователей [Андриченко, 2005; Гарифуллин, 2013; Гладкова, 2013; Пивнева, 2013; Морозова, 2011 и др.]. В научных работах как российских, так и зарубежных авторов неоднократно рассматривались различные аспекты языковой политики государства, направленной на поддержку языков малых народов, а также отмечалась значительная роль СМИ в сохранении языкового и культурного многообразия. Вместе с тем, несмотря на широкое распространение электронных ресурсов на языках малых народов (на это указывает даже беглый взгляд на количество вебсайтов на соответствующих языках в интернете), число исследований, посвященных анализу коммуникации на языках малых народов в онлайн-среде, на настоящее время не очень велико [Бальхаева, 2008; Володина, 2010; Гимадеева, 2012; Качмазова, 2012 и др.].

Нам представилось интересным рассмотреть на примере четырех языков, активно используемых на территории Российской Федерации (татарского, башкирского, чувашского и чеченского), специфику коммуникации носителей этих языков в интернет-пространстве. Выбор этнических групп и — соответственно — языков для анализа был определен тем фактом, что, по данным Всероссийской переписи населения 2010 г., представленные этнические группы входят в пятерку наиболее масштабных малых этнических групп по численности населения на территории России. Размер этнических групп, их удельный вес в общем составе населения России делает их интересными для сравнительного анализа. Автор не исключает также возможности расширения в дальнейшем границ исследования и проведения подобного анализа на примере других этнических групп, не входящих в число наиболее крупных этнических групп России, однако на начальной стадии исследования нам представилось целесообразным сконцентрироваться именно на наиболее масштабных этнических группах страны.

[1] URL: http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/endangered-languages/

Данная статья представляет собой часть более глобального исследования и направлена преимущественно на выявление количественных и качественных характеристик веб-сайтов на языках четырех народов России. Полученные данные в дальнейшем можно использовать для формулирования более общих выводов о специфике коммуникации соответствующих этнических групп в интернет-пространстве, а также в целом о степени языкового и культурного плюрализма в рунете.

Отметим, что настоящее исследование не ставит своей целью оценить степень культурного и/или лингвистического плюрализма в российском сегменте интернета в целом в силу небольшой выборки и фокуса только на четырех этнических группах. Его результаты, однако, могут быть полезны в дальнейшей работе над темой исследования, а также способны внести некоторый вклад в дискуссию о языковой политике России, роли СМИ и интернета в поддержке языков малых народов и особенностях коммуникации на этих языках в онлайн-среде.

Уточним также, что в настоящем исследовании мы сознательно избегали использования термина «меньшинства» (культурные, лингвистические меньшинства и т.д.), сделав выбор в пользу более, на наш взгляд, уместного в данном контексте определения «этнические группы». Не углубляясь в дискуссию относительно корректности термина «меньшинства» в целом[2], отметим лишь, что применение этого определения к группам населения, по численности превосходящим практически все прочие малые этнические группы на территории одной страны, представляется нам несколько нецелесообразным. Помимо этого, как утверждают некоторые исследователи[3], термин «меньшинства», являясь чересчур общим, лишает этнические группы их индивидуальных особенностей и культурной самобытности, отличающей одну этническую группу от другой.

Контекст

Начнем с того, что применительно к российскому обществу вполне уместно использовать термины «мультиэтничность» и «мультилингвизм». Согласно данным Всероссийской переписи населения 2010 г., на территории Российской Федерации сосуществуют более 190 этнических групп, говорящих более чем на 170 языках[4], при этом для большинства из них русский язык является вторым

[2] URL: http://www.workforcediversitynetwork.com/res_articles_termminority.aspx; URL: http://www.languagemonitor.com/politically-incorrect/680/

[3] URL: http://www.workforcediversitynetwork.com/res_articles_termminority.aspx

[4] URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm

активно используемым языком наряду с языком своего этнического формирования. Татары (3,87%), башкиры (1,15%), чуваши (1,05%) и чеченцы (1,04%) входят в топ-5 малых этнических групп по численности населения в России[5].

В мультиэтническом и мультиязыковом обществе, каковым является российское общество, вопрос языковой и культурной политики приобретает несомненную значимость. Ряд официальных документов закрепляют стремление России поддерживать и развивать языки и культуры этнических формирований, среди них Рамочная конвенция о защите национальных меньшинств, Европейская хартия региональных языков или языков меньшинств, Совместная программа Совета Европы и Европейской Комиссии в сотрудничестве с Министерством регионального развития Российской Федерации «Меньшинства в России: развитие языков, культуры, СМИ и гражданского общества». Государственные и негосударственные объединения, такие как Президентский совет по межнациональным отношениям, Московский дом национальностей, Гильдия межэтнической журналистики и другие [Gladkova, 2013, p. 331–332] ставят на повестку дня вопрос о защите языков и культур этнических групп России.

Многие из перечисленных выше институтов и официальных соглашений отмечают важность стимулирования коммуникации на языках этнических объединений. Так, например, одной из целей программы «Меньшинства в России: развитие языков, культуры, СМИ и гражданского общества» является «поддержка участия и содействие более широкому выражению самобытности этнических меньшинств в области культуры, образования и СМИ»[6]. Вместе с тем акцент нередко ставится на организации диалога в оффлайн-среде: общественные и государственные объединения в регулярном режиме проводят мероприятия, направленные на знакомство россиян с культурой малых народов, организуют различные фестивали, образовательные акции, совместные симпозиумы и съезды, осуществляют поддержку печатных и аудиовизуальных СМИ на языках этнических групп [Володина, 2010; Мамедова, 2010 и др.].

Не преуменьшая значимость подобных мероприятий, отметим, что развитие коммуникации на языках этнических групп в онлайн-пространстве представляется нам не менее значимой и в определенной степени недостаточно разработанной задачей. На актуальность этого факта указывает рост интернет-аудитории на территории России: осенью 2013 г. общее количество интернет-пользователей

[5] URL: http://www.vedomosti.ru/career/news/1454949/naselenie_rossii_uskorenno_sokraschaetsya

[6] URL: http://www.interethnic.org/News/130809_7.html

в стране, выходивших в интернет как минимум раз в день, увеличилось на 14% по сравнению с данными 2012 г. и составило 53,2 млн чел., или 46% от общего числа населения России[7]. Возрос также уровень доверия россиян к интернету как источнику актуальной информации: с 40% в 2011 г. до 64% в 2012 г., и общее число пользователей, называющих интернет-ресурсы своим основным источником информации, достигло 59%, что делает интернет третьим по популярности источником информации для россиян после телевидения и прессы[8].

Как отмечает Е.Л. Вартанова [Вартанова, 2013, с. 24], в 2000-е гг. уровень цифрового разрыва в различных регионах России заметно снизился. Безусловно, говорить о полном преодолении цифрового разрыва и обеспечении равного доступа всех граждан России к интернет-ресурсам, так же как о равном уровне цифровых компетенций пользователей, было бы преждевременно. Вместе с тем, по данным 2012 г., российские регионы продемонстрировали положительную динамику: так, число пользователей интернета в Уральском федеральном округе выросло на 18%, в Южном федеральном округе — на 15, в Сибирском федеральном округе — на 12, в Приволжском федеральном округе — на 9, в Дальневосточном федеральном округе — на 2%[9]. На территории каждого из федеральных округов проживает большое количество этнических групп. Можно предположить, что, получив более широкий доступ к интернет-ресурсам, представители этих групп станут принимать более активное участие в онлайн-коммуникации, создании веб-сайтов на своих родных языках, распространении информации о своей культуре посредством интернета; иными словами, участвовать в создании оригинального контента, получив для этого необходимые технические возможности.

Это предположение кажется нам логичным, однако оно имеет гипотетический характер и едва ли будет подтверждено или опровергнуто в настоящем исследовании в силу его довольно узкого фокуса и малой выборки. Мы рассчитываем, однако, протестировать другое предположение, а именно то, что интернет-ресурсы на языках этнических групп (в данном случае четырех групп, выбранных для анализа) отличаются в большинстве случаев количественным, но не качественным разнообразием. Это предположение было сделано на основании анализа веб-сайтов на языках четырех этнических групп и/или освещающих их культурное наследие и апробировано в ходе настоящего исследования при помощи ряда

[7] URL: http://fom.ru/SMI-i-internet/11288

[8] URL: http://www.fapmc.ru/rospechat.html

[9] URL: http://company.yandex.ru/researches/reports/2013/ya_internet_regions_2013.xml

критериев, речь о которых пойдет далее. Отметим, что под количественным разнообразием мы понимаем в данной работе количество веб-сайтов на языках четырех этнических групп и/или отражающих их культурное многообразие; под качественным разнообразием — их содержательное наполнение, тематическое многообразие, актуальность, степень интерактивности с интернет-пользователями, наличие или отсутствие оригинального контента на нескольких языках.

Повторим, что, несмотря на малую выборку, на основании полученных данных можно будет сделать некоторые выводы о состоянии языкового и культурного плюрализма в российском сегменте интернета в целом.

Методология

В данном исследовании мы рассмотрели веб-сайты на языках четырех этнических групп, проживающих в России: татарском, башкирском, чувашском и чеченском, а также веб-сайты, освещающие различные аспекты культурной и общественной жизни соответствующих этнических групп. Анализ проводился по следующим критериям:

• оригинальность контента (критерий применялся в случае, если информация на веб-сайте была доступна более чем на одном языке; в таком случае контент на нескольких языках сопоставлялся на предмет оригинальности версии на каждом из языков. Критерий считался реализованным, если в одной языковой версии содержались оригинальные авторские материалы, не дублирующиеся в другой языковой версии);

• актуальность информации (под актуальностью мы понимали своевременное обновление информации на веб-сайте; если информация не обновлялась в течение семи последних дней, мы считали, что критерий в отношении данного веб-сайта не проявлен);

• наличие версий веб-сайта на нескольких языках (комбинация языковых версий могла включать русский, английский и язык соответствующей этнической группы, т.е. татарский, башкирский, чувашский и чеченский, или иные языки);

• степень интерактивности с интернет-пользователями (возможные проявления интерактивности могли включать разнообразные форумы и прочие площадки для обсуждений, онлайн-опросы, наличие аккаунтов или ссылок на социальные сети и т.д.).

Выбор критериев был обусловлен попыткой оценить степень количественного и качественного разнообразия веб-сайтов четырех этнических групп и сделать определенные выводы о характере и степени проявления лингвистического и культурного плюрализма

в рунете. В целом, как можно заметить, указанные выше критерии были нацелены в большей степени на изучение качественного разнообразия веб-сайтов, в то время как степень количественного разнообразия можно было определить путем подсчета активных на момент проведения исследования веб-сайтов и поиска их по ключевым словам, речь о котором пойдет далее.

Отметим, что в силу ограниченного фокуса исследования мы анализировали не все материалы, доступные на веб-сайте в период проведения исследования, а лишь материалы, размещенные на главной странице веб-сайта в версиях на каждом из языков на дату проведения исследования. Это обстоятельство подчеркивает, что данные по выявлению степени качественного разнообразия веб-сайтов, в частности оригинальности контента, носят первичный характер и должны быть в дальнейшем дополнены более глубоким анализом содержания изученных веб-сайтов.

Подчеркнем также, что анализ содержания материалов на языках этнических групп проводился при участии носителей этих языков. Их основная задача заключалась в изучении материалов на главной странице соответствующих веб-сайтов и в целом структурного и содержательного наполнения веб-сайтов и в определении степени оригинальности материалов на языке своей этнической группы, а также форм взаимодействия с интернет-аудиторией. Материалы на английском и русском языках анализировались самим автором.

Остановимся на процедуре исследования онлайн-ресурсов более подробно. Исследование каждого веб-сайта мы начинали с изучения главной страницы: в случае всех рассмотренных веб-сайтов на их главных страницах содержались указания на моно-, би- или мультилингвальный характер веб-сайта (например, маркировка Рус/Eng на веб-сайте информационного агентства «Грозный-информ»[10] свидетельствовала, что материалы веб-сайта доступны на двух языках — английском и русском). При наличии версий веб-сайта на нескольких языках мы тестировали их на предмет реального функционирования. Как обнаружилось в ходе исследования, в ряде случаев заявленные версии веб-сайта на нескольких языках в действительности не работают (например, на веб-сайте Национального музея республики Татарстан[11] указаны версии на трех языках — русском, татарском и английском, однако на практике версия на английском языке на момент обращения не функционировала).

После этого мы переходили к анализу веб-сайта на предмет актуальности публикуемых материалов. Для этого мы анализировали

[10] URL: http://www.grozny-inform.ru
[11] URL: http://tatmuseum.ru

как материалы, размещенные на главной странице веб-сайта (преимущественно в разделе «Новости»), так и тематические рубрики ресурса. В абсолютном большинстве случаев публикация сопровождалась указанием даты и времени размещения на портале, что позволяло нам сделать выводы о степени реализации данного критерия. Например, веб-сайт киностудии «Башкортостан»[12] был классифицирован нами как веб-сайт с нулевой реализацией этого критерия, так как наиболее актуальная публикация на нем датируется 21 октября 2014 г. (по данным 4 ноября 2014 г.), что составляет более семи дней с момента публикации.

Анализ веб-сайта по критериям «оригинальность контента» и «степень интерактивности с интернет-пользователями» требовал больше времени и непосредственного участия носителей языка этнических групп. Для определения оригинальности контента нами были проанализированы материалы на главной странице каждого веб-сайта в каждой из языковых версий (при условии би- или мультилингвального характера веб-сайта). Материалы сопоставлялись на предмет наличия оригинального авторского текста или перевода с/на определенный язык. В случае когда в двух и более версиях присутствовал перевод (полный или частичный) — чаще всего с русского языка на язык этнической группы или наоборот, — критерий считался нереализованным. Подчеркнем, что подобная методика в силу ограниченности как выборки, так и фокуса исследования (внимание уделяется преимущественно главным страницам веб-сайтов) не дает нам четкого понимания качественных особенностей ресурсов и требует более детального анализа в дальнейшем.

Что касается четвертого критерия — «степень интерактивности с интернет-пользователями», — он был исследован как с помощью анализа главных страниц веб-сайтов, где размещались активные ссылки на официальные страницы в социальных сетях — Facebook, Twitter, «ВКонтакте», LiveJournal и т.д., так и с помощью изучения тематических рубрик на языках этнических групп (например, рубрика вопросов и ответов или форумы, доступные только на языке этнической группы).

Помимо анализа веб-сайтов по вышеуказанным формальным критериям мы обращали непосредственное внимание на их содержательное наполнение — тематическое и жанровое многообразие, наличие мультимедийных функций, выбор целевой аудитории и т.д., — способное также расширить представление о качественных особенностях исследуемых веб-сайтов.

Все выбранные для анализа источники были разделены на четыре тематические группы:

[12] URL: http://bashfilm.com

• официальные веб-сайты республик — Татарстан, Башкортостан, Чувашская и Чеченская республики (по одному для каждой из этнических групп);

• веб-сайты общественных объединений и институтов гражданского общества (десять для каждой из этнических групп);

• веб-сайты, посвященные культуре этнических групп — их традициям, обычаям, истории, образу жизни, философии и т.д. (десять для каждой из этнических групп);

• веб-сайты средств массовой информации — онлайн-версии печатных изданий, телевизионных и радиостанций, информационных агентств (десять для каждой из этнических групп).

Общее число проанализированных интернет-источников составило 124, по 31 для каждой из выбранных этнических групп. Веб-сайты в рамках каждой из тематических групп были изучены с использованием указанных выше критериев.

Все источники были выбраны в результате поиска по ключевым словам (название этнической группы плюс название или краткое определение тематической группы, например запрос «татары + культура») в онлайн-поисковике в марте–августе 2014 г. Мы ставили своей задачей выбрать десять наиболее посещаемых веб-сайтов в каждой из комбинаций ключевых слов, однако это было не всегда возможно: многие активно посещаемые веб-сайты не имели прямого отношения к изучаемой тематической группе, но предлагали переадресацию на вебстраницы с более конкретной информацией. В таком случае мы были вынуждены расширить границы поиска до 20–35 наиболее посещаемых ресурсов.

Отметим также, что в настоящем исследовании мы рассматривали только функционирующие на момент анализа веб-сайты. Особенно важно это понимать при рассмотрении результатов, касающихся второй тематической группы — веб-сайты общественных объединений и институтов гражданского общества. Неоднократно различные веб-сайты перечисляли существующие в республике общественные объединения, однако у самих объединений отдельных и работающих на момент обращения к ним веб-сайтов не было. Мы делаем эту ремарку, чтобы уточнить: проанализированные в работе веб-сайты не эквиваленты числу реально существующих в республиках общественных объединений, равно как и числу реально выходящих в свет СМИ на языках соответствующих этнических групп. Наша выборка отражает лишь результаты исследования онлайн-среды и онлайн-коммуникации представителей четырех конкретных этнических групп на материале ограниченного количества источников.

Все остальные критерии анализа (моно-, би- или мультилингвальный характер веб-сайта, степень интерактивности с пользова-

телями и т.д.) также отражают существующий характер веб-сайта на момент нашего обращения к нему и вполне могут подвергнуться трансформациям к моменту выхода настоящей статьи.

Завершая описание методологии, подчеркнем, что в данном исследовании мы не ставили своей целью изучить все доступные веб-сайты на языках выбранных этнических групп, так как число этих веб-сайтов очень велико и требует отдельного масштабного исследования. Нашей задачей было определить — насколько это было возможно в силу ограниченной выборки — количественные и качественные характеристики веб-сайтов на языках четырех этнических групп и по возможности внести некоторый вклад в дискуссию о лингвистическом и культурном плюрализме в рунете.

Результаты исследования

В ходе исследования веб-сайтов, подразделенных на четыре тематические группы, были выявлены как общие, так и отличающие их друг от друга характеристики. В этом подразделе мы сгруппируем полученные результаты в виде таблиц и проиллюстрируем каждую таблицу несколькими примерами. Объем статьи не позволяет сконцентрироваться более детально на каждой из тематических групп, равно как и на каждом критерии анализа, поэтому мы ограничимся освещением лишь нескольких наиболее показательных примеров и интерпретацией полученных результатов в разделе «Дискуссия».

К первой тематической группе, выбранной для анализа, были отнесены *официальные веб-сайты республик* — Татарстана[13], Башкортостана[14], Чувашской[15] и Чеченской[16]. Было выявлено, что все официальные веб-страницы содержат актуальную информацию о республике, ее политической, экономической, социальной жизни, истории и культуре (табл. 1). Все проанализированные веб-сайты предлагают различные формы интерактивной коммуникации с пользователями: специальный раздел «вопросов и ответов», доступный в режиме онлайн, форумы, ссылки на страницы в социальных сетях («ВКонтакте», Facebook и другие). Вместе с тем существенным фактом является наличие в большинстве случаев версии веб-сайта лишь на одном языке — русском, за исключением веб-сайта Республики Татарстан, где информация доступна также на татарском

[13] URL: http://tatarstan.ru
[14] URL: http://bashkortostan.ru
[15] URL: http://www.cap.ru
[16] URL: http://chechnya.gov.ru

и английском языках. Отметим, что многие материалы на этих языках идентичны или очень близки по содержанию к материалам на русском языке, хотя некоторые из них представляют собой оригинальные тексты, не дублирующиеся в русскоязычной версии.

В целом отсутствие в трех из четырех случаях версий веб-сайта на двух и более языках — на официальном портале республики и зачастую основном источнике сведений о жизни и культурной составляющей республики — представляется нам дискуссионным. На наш взгляд, наличие версии на национальном языке соответствующей республики (башкирском, чувашском и чеченском), учитывая, что эти языки являются законодательно закрепленными языками республик наряду с русским, было бы уместно. Это позволило бы расширить границы коммуникации, привлечь к диалогу в рамках официальной онлайн-платформы республики пользователей, говорящих на языке данной этнической группы. Наконец, разработанная версия веб-сайта на английском языке могла бы расширить аудиторию веб-сайтов за счет англоговорящей аудитории, заинтересованной в получении актуальной информации о жизни этнических групп в России, и в целом способствовать формированию позитивного имиджа соответствующей группы за рубежом.

Таблица 1

Сравнительный анализ официальных веб-сайтов республик (общее число источников = 1 для каждой этнической группы)

Критерии	Название этнической группы				
	Татары	Башкиры	Чуваши	Чеченцы	Итого
Оригинальность контента	1	0	0	0	1
Актуальность информации	1	1	1	1	4
Наличие версии веб-сайта на двух и более языках	1	0	0	0	1
Интерактивность с интернет-пользователями	1	1	1	1	4

В качестве второй тематической группы, выбранной для анализа, выступили различные *веб-сайты общественных объединений и институтов гражданского общества*. Источники, отнесенные к этой группе, продемонстрировали значительную разницу по всем указанным критериям (табл. 2). Среди них были обнаружены как веб-сайты, содержащие актуальную и подробную информацию об истории, традициях, верованиях и литературе соответствующей этнической группе, доступные на нескольких языках (как, напри-

мер, Чувашский народный сайт[17], доступный на четырех языках — русском, чувашском, английском и эсперанто), так и веб-сайты, предлагающие информацию только на русском языке (к примеру, веб-сайт Ассамблеи народов Татарстана[18]). Последний пример кажется нам довольно показательным: веб-сайт, ставящий своей целью «широко освещать этнокультурную жизнь Татарстана в целом, вопросы миграционной и национальной политики республики, историю народов, проживающих в Татарстане»[19], было бы логично, на наш взгляд, дополнить как минимум версией на татарском языке.

Таблица 2

Сравнительный анализ веб-сайтов общественных объединений и институтов гражданского общества (общее число источников = 10 для каждой этнической группы)

Критерии	Название этнической группы				
	Татары	Башкиры	Чуваши	Чеченцы	Итого
Оригинальность контента	2	0	2	2	6
Актуальность информации	5	1	3	1	10
Наличие версии веб-сайта на двух и более языках	3	0	2	2	7
Интерактивность с интернет-пользователями	8	7	4	4	23

В целом, говоря о данной тематической группе, можно отметить наиболее существенный разрыв по критерию «наличие версий веб-сайта на двух и более языках» и, соответственно, низкие показатели оригинальности контента. В то же время большинство из изученных ресурсов уделяют значительное внимание установлению прямого контакта с интернет-аудиторией посредством разнообразных интерактивных функций (интерактивный опрос, размещение пользовательского контента на сайте, форумы, активное присутствие в социальных сетях).

На примере международного летнего лагеря для школьников «Содружество»[20] с филиалами в Чувашии и Татарстане можно увидеть довольно успешные формы реализации практически всех изученных критериев: наличие оригинального контента (в данном случае блог австрийской участницы лагеря, публикуемый на английском

[17] URL: http://chuvash.org
[18] URL: http://www.an-tat.ru
[19] URL: http://www.an-tat.ru/ob-assamblee/
[20] URL: http://www.sodvo.ru

языке без перевода), ориентацию как на русско-, так и на англоязычную аудиторию (разделы For International Visitors и For Russian Visitors), а также активное взаимодействие с пользователями в разных формах и жанрах: регулярно публикуемые интервью с отдыхающими в лагере, их фотографии, отзывы волонтеров, мультимедийные презентации лагеря, доступные онлайн.

Исследование третьей тематической группы ресурсов — *веб-сайтов, посвященных культуре этнических групп* — их традициям, обычаям, истории, образу жизни, философии, литературе, музыке и т.д., также позволило выявить ряд интересных закономерностей. Было обнаружено, что, как и в случае с предыдущими тематическими группами, большинство веб-сайтов, посвященных культуре этнических групп, доступны лишь на одном языке, преимущественно русском (табл. 3). Значительное внимание, как и в предыдущих тематических группах, уделяется взаимодействию с интернет-аудиторией: многие веб-сайты предлагают в свободном доступе музыкальные и литературные произведения на языке соответствующей этнической группы[21;22], материалы для самостоятельного изучения языка[23], специальные пособия для детей, различные сказки и загадки на родном языке, способствующие формированию интереса к культуре своего народа с юного возраста[24].

Таблица 3

Сравнительный анализ веб-сайтов, посвященных культуре этнических групп (общее число источников=10 для каждой этнической группы)

Критерии	Название этнической группы				
	Татары	Башкиры	Чуваши	Чеченцы	Итого
Оригинальность контента	0	1	0	0	1
Актуальность информации	2	3	3	2	10
Наличие версии веб-сайта на двух и более языках	2	1	1	1	5
Интерактивность с интернет-пользователями	4	5	2	4	15

Интересной формой коммуникации нам также показалось создание специальной книги, посвященной «нохчалла», — спектру моральных, нравственных и этических норм жизни чеченца[25].

[21] URL: http://www.tatmp3.narod.ru
[22] URL: http://chuvash.org/lib/
[23] URL: http://tel.bashqort.com
[24] URL: http://gakish.com/category/shechen-language
[25] URL: http://nohchalla.com

Веб-сайт предлагает интернет-пользователям поделиться собственными примерами проявления «нохчалла» в реальной жизни, таким образом не только поддерживая в представителях этнической группы интерес к своей культуре, но и стимулируя публичный диалог о сущности явления «нохчалла», его актуальности, вариантах его проявления. Эта инициатива нашла живой отклик у аудитории, и в настоящее время на веб-сайте в открытом доступе размещены более тридцати оригинальных историй пользователей в разных жанрах и стилях, наиболее популярная из которых («Случай при заготовке сена») набрала около 17 000 индивидуальных просмотров[26]. Интересно, что эта история, в отличие от большинства других, была написана на чеченском языке с переводом на русский.

Отметим, что отличие данной тематической группы от остальных групп, представленных в исследовании, заключается в фокусировании изученных веб-сайтов на культуре соответствующих этнических групп и всех проявлениях культуры в ее широком смысле, понимаемой как «система ценностей, жизненных представлений, образцов поведения, норм, совокупность способов и приемов человеческой деятельности, объективированных в предметных, материальных носителях (средствах труда, знаках) и передаваемых последующим поколениям» [Волков, Добреньков, Нечипуренко, Попов, 2003, с. 90]. Безусловно, подавляющее большинство веб-сайтов, проанализированных в данной работе, освещают явления культуры в той или иной степени. Вместе с тем наряду с фокусом на культуре соответствующих этнических групп они отражают другие явления и процессы общественной жизни, уделяют внимание политическим, экономическим аспектам жизни республик, их географии, истории и т.д. Веб-сайты, принадлежащие к третьей тематической группе, фокусируются исключительно на явлениях культурного характера, что обусловило наше решение выделить их в качестве отдельной группы для анализа.

В качестве четвертой тематической группы, выбранной для анализа, выступили *веб-сайты СМИ*, выходящих на территории соответствующих республик и/или посвященных различным аспектам жизни исследуемых этнических групп. Одной из наиболее очевидных особенностей данной тематической выборки является высокая актуальность сообщений, публикуемых на площадке этих интернет-ресурсов: из 40 изученных веб-сайтов 34 отличаются высокой оперативностью при размещении новостей (табл. 4). Как и в предыдущих тематических группах, подавляющее большинство веб-сайтов практикуют различные формы взаимодействия с интернет-аудиторий: 35 из 40 веб-сайтов, т.е. порядка 90%, применя-

[26] URL: http://nohchalla.com/etika/rasskazy-nohchalla/1531-zagatovka-sena.html

ют социальные сети, онлайн-опросы, форумы для установления и поддержания контакта с пользователями.

Таблица 4

Сравнительный анализ веб-сайтов средств массовой информации (общее число источников=10 для каждой этнической группы)

Критерии	Название этнической группы				
	Татары	Башкиры	Чуваши	Чеченцы	Итого
Оригинальность контента	3	3	2	1	9
Актуальность информации	10	6	8	10	34
Наличие версии веб-сайта на двух и более языках	3	3	2	2	10
Интерактивность с интернет-пользователями	9	8	8	10	35

Анализ выборки по критериям «оригинальность контента» и «наличие версии веб-сайта на двух и более языках» продемонстрировал существенный разрыв с двумя другими критериями. Несмотря на то что ряд веб-сайтов успешно развивают версии на нескольких языках (например, веб-сайт башкирской газеты «Башкортостан»[27], чувашской газеты «Свободное слово»[28], информационного агентства «Татар-информ»[29] и других), большинство онлайн-версий печатных изданий, телевизионных и радиостанций, информационных агентств доступны сегодня лишь на одном языке. Одна из наиболее популярных газет в Татарстане, «Моя республика Татарстан»[30], имеет хорошо развитую и активно обновляемую версию на татарском языке, в то время как версия на русском языке существует, но не работает из-за технической ошибки. Ряд информационных агентств, ориентированных на предоставление аудитории актуальной информации в сжатые сроки, также работают лишь на русском языке — «Чечен-инфо»[31] и «Грозный-информ»[32].

Показателен пример информационного агентства «Башинформ»[33]: несмотря на существование версий веб-сайта на трех языках — русском, башкирском и английском, — реально актуальную информацию предлагает лишь версия на русском языке. Так, по

[27] URL: http://bashgazet.ru
[28] URL: http://www.irekle.org
[29] URL:http://www.tatar-inform.ru
[30] URL: http://www.vatantat.ru
[31] URL: http://checheninfo.ru
[32] URL: http://www.grozny-inform.ru
[33] URL: http://www.bashinform.ru

данным на 04 ноября 2014 г., в версии на русском языке были сообщения, датированные тем же числом, в то время как наиболее актуальные материалы в версиях на башкирском и английском языках датировались 31 октября 2014 г. Это позволяет классифицировать их как актуальные в рамках настоящего исследования, однако по факту едва ли делает их таковыми, особенно в рамках деятельности информационного агентства, ориентированного на передачу сведений в сжатые сроки. Можно обратить также внимание на то, что большинство материалов в версиях на русском и английском языках дублируют друг друга: так, например, заметка «Голосование за зеленый символ Башкирии выходит на финишную прямую» (от 31 октября 2014 г.) и «Voting for the green symbol of Bashkiria enters the home stretch» (от того же числа) не только написаны в рамках одного информационного повода, но и являются полностью идентичными в смысловом, стилистическом и грамматическом плане.

Выводы и дискуссия

Как показало настоящее исследование, число веб-сайтов на языках четырех этнических групп и/или посвященных различным аспектам их культурной и общественной жизни довольно велико. Несмотря на то что в рамках данного исследования мы не ставили целью определить точное число таких веб-сайтов, на их распространенность указывает проведенный поиск по ключевым словам в интернет-поисковике, предлагающий большое разнообразие вариантов (в среднем от 300 до 500 тысяч вариантов результатов на каждый из проведенных нами запросов). Вместе с тем, как показал проведенный анализ по выбранным критериям, подавляющее большинство изученных веб-сайтов нуждается в определенных трансформациях с целью увеличения своей аудитории и повышения общих рейтинговых показателей веб-сайта.

Начнем с того, что значительное количество проанализированных интернет-ресурсов доступно на момент проведенного исследования лишь на одном языке, преимущественно на русском или на языке соответствующей этнической группы. Такой выбор языка может быть оправдан в случае, если веб-сайт нацелен на ограниченный сегмент аудитории, например на представителей этнической группы, проживающих за рубежом и нуждающихся в онлайн-площадке для обмена опытом и актуальной информацией между членами своего сообщества. Такие веб-сайты в большинстве случаев не направлены на широкую аудиторию и не ставят своей целью знакомство с культурой этнической группы, ее историей или язы-

ком; интерес они представляют преимущественно для весьма ограниченного круга пользователей.

Напротив, в случае когда речь идет о ресурсах, нацеленных на широкую аудиторию, таких как официальные интернет-порталы национальных республик, наличие контента на нескольких языках является, на наш взгляд, необходимым. Русскоязычная версия веб-сайта может способствовать привлечению интернет-пользователей из других республик и городов России, расширению их представлений о проживающих на территории России этнических группах, а также установлению контакта между пользователями, принадлежащими к разным этническим группам, но объединенных знанием русского языка. Наличие же англоязычного контента представляется целесообразным в случае, если группы заинтересованы в повышении осведомленности зарубежной аудитории об их взглядах, интересах и мнениях. В настоящее время, как было выявлено, число веб-сайтов, предлагающих контент на двух и более языках, весьма ограниченно, особенно если мы говорим об оригинальном контенте, а не просто о дублировании информации на нескольких языках.

Количественный анализ ресурсов показал, что среди четырех этнических групп, выбранных для исследования, наиболее высокие результаты по всем четырем критериям продемонстрировала первая этническая группа — татары. Суммарно результаты по всем критериям относительно каждой этнической группы представлены в табл. 5.

Таблица 5

Общий сравнительный анализ веб-сайтов четырех этнических групп (общее число источников = 41 для каждой этнической группы)

Критерии	Название этнической группы				
	Татары	Башкиры	Чуваши	Чеченцы	Итого
Оригинальность контента	6	4	4	3	17
Актуальность информации	18	11	15	14	58
Наличие версии веб-сайта на двух и более языках	9	4	5	5	23
Интерактивность с интернет-пользователями	22	21	15	19	77

Полученные данные можно объяснить рядом обстоятельств. Среди них факторы объективного характера: уровень проникновения интернета на территории соответствующих федеральных округов

(Приволжского федерального округа для татар, башкир и чувашей и Северо-Кавказского федерального округа для чеченцев), ценовая доступность интернета и уровень активности пользователей. Приведем статистические данные: так, несмотря на более заметный рост уровня проникновения интернета на территории Северо-Кавказского федерального округа (+12,9% в 2014 г.) по сравнению с Приволжским федеральным округом (+8,1% в том же году), для этого федерального округа характерны значительно более высокая стоимость фиксированного доступа в интернет: 60 руб. Мбит/с (для сравнения: 15 руб. Мбит/с в Приволжском федеральном округе и 25 руб. Мбит/с в среднем по России) и гораздо более низкая активность интернет-пользователей. Так, за год в Северо-Кавказском федеральном округе было создано только 26 новых ресурсов на миллион пользователей (для сравнения: 142 новых ресурса в Приволжском федеральном округе и 269 — в среднем по России) и опубликован 141 материал СМИ в день на миллион пользователей (для сравнения: 541 материал в Приволжском федеральном округе и 931 — в среднем по России)[34].

Эти данные отчасти показывают, почему четвертая из изученных этнических групп (чеченцы) не занимает лидирующей позиции ни по одному из предложенных критериев, однако они не объясняют напрямую доминирования первой этнической группы, учитывая, что все три группы (татары, башкиры, чуваши) территориально принадлежат к одному федеральному округу. В данном случае уместно, на наш взгляд, обратиться к статистике интернет-пользователей в этих трех республиках: так, доля пользователей интернетом на территории Татарстана составляет 49,4%, Башкортостана — 48,5%, Чувашии — 48,1% (для сравнения: только 4,6% на территории Чеченской республики)[35]. Среднемесячный доход населения в Татарстане выше, чем в Башкортостане и Чувашии (19 894 руб., 19 314 руб. и 11 986 руб. соответственно)[36], а рейтинг качества жизни (58,40 рейтинговых балла) в Татарстане значительно превышает аналогичный показатель в Башкортостане (47,50) и Чувашии (42,50)[37].

Наконец, нельзя забывать еще об одном очевидном, но очень важном обстоятельстве — непосредственно о численности населения, делающем татар крупнейшей из изученных в работе этнической группой. Обратимся вновь к статистическим данным 2010 г.: татары составляют 3,87% населения России, в то время как баш-

[34] URL: http://company.yandex.ru/researches/reports/2014/ya_internet_regions_2014.xml

[35] URL: http://riarating.ru/infografika/20130118/610533923.html

[36] Там же.

[37] URL: http://www.riarating.ru/infografika/20121218/610486725.html

киры — 1,15%, чуваши — 1,05% и чеченцы — 1,04%[38]. Этот фактор может, как нам кажется, также напрямую влиять на активность пользователей в интернете и стремление разработчиков веб-сайтов сделать материалы интересными и доступными для столь масштабной группы населения.

Рассуждая о характеристиках интернет-ресурсов на языках этнических групп и/или посвященных их культуре и образу жизни, уместно, на наш взгляд, уделить внимание двум факторам, напрямую влияющим на востребованность подобных ресурсов и уровень их технического и содержательного развития. В первую очередь, это наличие у представителей определенной этнической группы цифровых компетенций, необходимых для участия в онлайн-коммуникации и создании оригинального контента на родном языке. Во-вторых, это наличие у интернет-пользователей мотивации создавать подобный контент. Отметим, что данные факторы представляются нам очень важными, однако они, безусловно, не являются единственными факторами, способствующими или препятствующими онлайн-коммуникации на языках этнических групп, а также созданию веб-сайтов, посвященных культуре этих групп. В данном исследовании мы не будем останавливаться подробно на факторах технологического, юридического и финансового характера, играющих значительную роль в развитии интернет-ресурсов этнических групп [Монтвилов, 2010 и др.]. Уделим больше внимания факторам, влияние которых не столь часто акцентируется, а именно уровню мотивации и цифровой грамотности пользователей.

Как уже было отмечено, доступ к интернету сегодня получают все больше россиян. С одной стороны, этот процесс снижает уровень цифрового неравенства: распространение интернет-технологий позволяет все более широкой аудитории принимать участие в онлайн-коммуникации, осуществлять поиск актуальной информации в интернете, создавать свой оригинальный контент. С другой стороны, обеспечение граждан доступом к интернету не решает полностью проблему цифрового разрыва: у многих потенциальных пользователей интернета, нередко проживающих за пределами крупных населенных пунктов, отсутствуют необходимые навыки и умения для использования интернет-ресурсов. Как следствие, многие из них, имея возможность участвовать в онлайн-коммуникации, презентовать свои взгляды и мнения в режиме онлайн, фактически этого не делают из-за недостаточного уровня цифровых компетенций. В итоге число веб-сайтов, посвященных культурному многообразию этнических групп, а также число ресурсов

[38] URL: http://www.vedomosti.ru/career/news/1454949/naselenie_rossii_uskorenno_sokraschaetsya

на языках этих групп не всегда отражают реальную ситуацию культурного и языкового многообразия на территории определенной страны. Закономерно также, что из-за недостаточной репрезентации этнических групп на площадке онлайн-ресурсов аудитория, даже при наличии интереса, не всегда имеет возможность узнать больше об их культуре, образе жизни, взглядах и потребностях. В данном случае пользователи фактически оказываются лишены «права выбора»: как отмечают Д.М. Бриман, В.И. Бриман и Хелбергер [2011, с. 35], «людей невозможно заставить потреблять определенный медиаконтент, однако им можно рассказать, какой у них есть выбор». В ситуации, когда пользователи интернета не имеют доступа к информации об определенных культурных или этнических группах в силу отсутствия у этих групп необходимых цифровых навыков, можно говорить об ограниченной ситуации выбора у значительного процента аудитории.

Вторым важным фактором, влияющим на степень репрезентации культурного и лингвистического многообразия онлайн, является мотивация этнических групп говорить о своих убеждениях, мнениях и интересах при помощи интернет-технологий. Нам кажется очевидным тот факт, что возможности онлайн-коммуникации для укрепления межкультурных и межнациональных связей, а также межличностной коммуникации [Дунас, 2009] весьма значительны. Использование различного рода интерактивных функций: форумов для обмена мнениями, тематических групп в социальных сетях, онлайн-площадок для обмена видеофайлами, фотографиями, литературными произведениями, пособиями для обучения языку этнических групп может и должно способствовать межкультурному диалогу и повышению осведомленности интернет-пользователей о культуре других народов.

Вместе с тем эти возможности остаются нереализованными в случае, когда у представителей этнических групп при наличии доступа к интернету и необходимых для его использования навыков нет стимула принимать участие в этом диалоге, говорить на родном языке и о родной культуре в процессе онлайн-коммуникации. Причины этого могут быть разнообразны и заслуживают отдельного исследования. Отметим лишь, что в случае, когда у пользователей интернета отсутствует четкая мотивация говорить о своей культуре и идентифицировать себя в интернет-пространстве как представителей определенной этнической общности, вебсайты, созданные на их языках или отражающие их культуру, с большой долей вероятности останутся недостаточно развитыми в техническом плане, редко обновляемыми и содержащими контент, представляющий минимальный интерес как для широкой аудитории, так и для самих представителей этих групп. Как пока-

зало настоящее исследование, большинство из изученных интернет-ресурсов нуждаются в значительных изменениях для того, чтобы стать информативными и интересными пользователям. Мы не готовы утверждать, что низкая скорость их обновления, отсутствие версий веб-сайта на нескольких языках или оригинального контента обусловлены отсутствием мотивации у их создателей и пользователей, однако этот фактор, как нам кажется, может в ряде случаев быть одной из причин этого.

Отдельного внимания заслуживают веб-сайты печатных и аудиовизуальных СМИ этнических групп. Исследование продемонстрировало, что, несмотря на сравнительно высокую степень проявления таких критериев, как «актуальность информации» (34 из 40) и «интерактивность с интернет-пользователями» (35 из 40), веб-сайты этой группы предлагают оригинальный контент на нескольких языках довольно редко. Более того, функции интерактивного взаимодействия с аудиторией (форумы, раздел вопросов и ответов, чаты и т.д.) в большинстве случаев реализуются исключительно на русском языке даже в ситуациях, когда у веб-сайтов существуют обновляемые версии на нескольких языках, что также не стимулирует живое общение на языках этнических групп онлайн.

Для веб-сайтов этой тематической группы также характерно ограниченное использование мультимедийных технологий, фото, видео, а также сравнительно редкое размещение пользовательского контента. Вследствие этого проанализированные веб-сайты СМИ едва ли формируют повестку дня своей аудитории и являются для нее основным и/или важным источником актуальной информации. Учитывая, что сегодня наблюдается рост избирательности поведения читателей/зрителей/слушателей и более жесткого формулирования требований аудитории к СМИ [Вартанова, 2009], некоторым веб-сайтам национальных СМИ имеет, на наш взгляд, смысл уделить больше внимания развитию своих ресурсов на нескольких языках и расширению технологических возможностей веб-сайтов (размещение в открытом доступе разных типов контента, создание интерактивных площадок для взаимодействия пользователей и размещения пользовательского контента и т.д.). Мы делаем эту ремарку, так как убеждены, что роль СМИ в укреплении межкультурных связей и повышении уровня информированности пользователей о культуре, взглядах и образе жизни других этнических групп действительно велико. Поэтому, на наш взгляд, развитие веб-сайтов СМИ этих групп и увеличение их аудитории за счет представителей других этнических общностей России, а также зарубежных пользователей является одной из важных задач на современном этапе.

Подводя итоги, повторим, что количество ресурсов на языках четырех выбранных для анализа этнических групп и/или посвященных различным аспектам их общественной жизни весьма значительно. Мы не готовы утверждать, однако, что для всех этих ресурсов характерно тематическое и лингвистическое многообразие. Для большинства изученных веб-сайтов свойственно отсутствие версий на нескольких языках (из 124 интернет-источников только 23 доступны более чем на одном языке) и оригинального контента на этих языках (он есть у 17 из 124). Анализ по критериям «актуальность информации» (58 из 124) и «степень интерактивности с интернет-пользователями» (77 из 124) продемонстрировал более высокие показатели, однако очевидно, что степень проявления этих критериев также далека от ста процентов. В целом можно сказать, что гипотеза о преимущественно количественном, а не качественном разнообразии проанализированных в данной работе интернет-ресурсов была подтверждена.

В завершение отметим, что сегодня в России предпринимается ряд активных мер по укреплению языковой политики и защите национальных языков в оффлайновом и онлайновом пространстве. Продолжается развитие интернет-соединения на территории России, создаются курсы по повышению медиаграмотности и общего уровня цифровых компетенций пользователей, на государственном уровне поддерживаются СМИ на языках этнических групп, проводятся мероприятия, направленные на установление межкультурного диалога и взаимопонимания между представителями разных народов. Вместе с тем успешная реализация этих мер в значительной степени зависит от самих представителей этнических общностей — наличия у них навыков использования интернет-технологий, а также интереса и готовности принимать участие в онлайн-коммуникации, говорить о своих убеждениях, взглядах, своей культуре и своем языке в режиме онлайн.

Список литературы

Андриченко Л.В. Регулирование и защита прав национальных меньшинств и коренных малочисленных народов в Российской Федерации: Дисс. ... докт. юрид. наук. М., 2005.

Бальхаева И.Х. Деятельность библиотек Республики Бурятия по развитию многоязычия в сети Интернет // Многоязычие в России: региональные аспекты. М.: Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2008.

Вартанова Е.Л. Факторы модернизации российских СМИ и проблема социальной ответственности // Медиаскоп. 2009. № 1.

Волков Ю.Г., Добреньков В.И., Нечипуренко В.Н., Попов А.В. Социология. 2-е изд., исп. и доп. М.: Гардарики, 2003.

Володина Н.И. Языковая ситуация в Чувашской республике // Языковое и культурное разнообразие в киберпространстве. Сборник материалов Международной конференции (Якутск, 2–4 июля 2008 г.) / Сост. Е.И. Кузьмин, Е.В. Плыс. М.: МЦБС, 2010.

Гарифуллин В.З. Роль мусульманских СМИ в обеспечении этноконфессиональной толерантности в Татарстане // Вестн. Челябинского государственного университета. 2013. № 21 (312).

Гарифуллин В.З. Место и роль мусульманских СМИ в информационном поле Татарстана // Журналист. Социальные коммуникации. М.: ИД «Журналист», 2013.

Гимадеева Д.Р. Татарские сетевые группы как вид этнических сообществ // Культура. Духовность. Общество. Новосибирск: Общество с ограниченной ответственностью «Центр развития научного сотрудничества», 2012.

Дунас Д.В. К антропологической теории рассмотрения медиакоммуникации // Медиаскоп. 2009. № 4.

Качмазова А.У. Этнические автостереотипы южных осетин в аспекте межкультурной коммуникации (на материале кавказских интернет-блогов и форумов) // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2012. № 9.

Мамедова Л.А. Азербайджан: культурный симбиоз и многообразие традиций // Языковое и культурное разнообразие в киберпространстве. Сборник материалов Международной конференции (Якутск, 2–4 июля 2008 г.) / Сост. Е.И. Кузьмин, Е.В. Плыс. М.: МЦБС, 2010.

Монтвилов В.М. Интернет и языковое многообразие: возможно ли это? // Языковое и культурное разнообразие в киберпространстве. Сборник материалов Международной конференции (Якутск, 2–4 июля 2008 г.) / Сост. Е.И. Кузьмин, Е.В. Плыс. М.: МЦБС, 2010.

Морозова И.Г. Национальные языки и научно-технический прогресс: на каких языках будут говорить наши потомки? // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и языковедения: вопросы теории и практики. 2011.

Пивнева Е.А. Современные практики поддержки и развития финно-угорских языков в контексте программ сохранения культурного наследия // Вестн. Новосибирского государственного университета. 2013. № 12(3).

Breeman J.M., Breeman V.E., Helberger N. On the regulator's plate: exposure diversity in a changing media environment // Journal of Information Policy. 2011. N 1.

Garland E. Can minority languages be saved? // The Futurist. 2006. July–August.

Gladkova A.A. Cultural pluralism in Russian press: challenges and prospects of development // World of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. M.: Mediamir, 2013.

Gladkova A.A. The role of television in cultivating the values of pluralism and cultural diversity in children // Psychology in Russia: State of the Art. 2013. N 6.

Vartanova E.L. Constructing Russian media system in the context of globalization // World of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. M.: Mediamir, 2013.

Поступила в редакцию
28.09.2014