НОВЫЕ МЕДИА

Черевко Тарас Сергеевич, кандидат филологических наук, старший научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: cherevkot@gmail.com

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

ИНТЕРНЕТ-СМИ РОССИИ НА ЯЗЫКАХ ЭТНИЧЕСКИХ ГРУПП

В статье отражены результаты исследования 75 официальных интернет-СМИ, зарегистрированных в столицах республик РФ, где по данным Росстата наибольшее число граждан, считающих своим родным языком не русский: республика Татарстан, республика Крым, республика Башкортостан, Чувашская республика, Чеченская республика, республика Мордовия, республика Дагестан, Удмуртская республика. Данные массмедиа были проанализированы по следующим критериям: соответствие веб-сайта статусу СМИ, специфика функционирования сайта, наличие контента на национальном языке, собственники интернет-СМИ, содержащие контент на языках этнических групп. Проведенное исследование позволило выявить основные количественные и качественные особенности интернет-СМИ на национальных языках, степень распространения данных ресурсов в республиках РФ. Также были сформулированы барьеры развития электронных СМИ на языках этнических групп, место государственных медиакомпаний в процессе их распространения.

Ключевые слова: *интернет-СМИ, СМИ на национальных языках, этнические группы, региональные СМИ, веб-сайты.*

Taras S. Cherevko, PhD, Senior Researcher, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: cherevkot@gmail.com

Anna A. Gladkova, PhD, Senior Researcher, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: gladkova_a@list.ru

RUSSIAN INTERNET MASS MEDIA IN ETHNIC LANGUAGES

This article presents the results of the analysis of 75 official Internet mass media resources registered in capital cities of Russian republics where people consider Russian as their second language. The republics are Bashkortostan, Dagestan, Chuvashia, Chechnya, Mordovia, Tatarstan, Udmurtia and the Crimea. The websites were analyzed according to the following criteria – its relation to the status of mass media, functional characteristics, availability of the content in an ethnic language and owners of these mass media.The research allowed to reveal main

quantitative and qualitative characteristics of the websites in ethnic languages, degree of their use in regions. Furthermore we found out the obstacles to the development of Internet mass media in ethnic languages and the role of state-owned media in their distribution. They are additional costs of creating and reproducing content in ethnic languages, complicated monetization of websites with such content, low audience demand and heavy reliance of these resources on the State and etc.

Key words: *ethnic groups, Internet media, mass media in ethnic languages, regional media, websites.*

Введение

На территории Российской Федерации проживает, согласно данным Всероссийской переписи населения 2010 г., 142 млн чел., представляющих более 190 национальностей и говорящих более чем на 150 различных языках разных семей (славянские, тюркские, финно-угорские, монгольские, северокавказские и другие)[1]. 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[2]. Подавляющее большинство граждан России (98,2%) владеют русским языком; 23% населения используют в повседневном общении еще 38 языков, а всего 1% населения говорит еще на 114 языках.

Бесспорно, присутствие на территории страны столь обширного количества этнических групп, языков и диалектов свидетельствует о мультикультурном и многонациональном характере российского общества: этнические группы, говорящие на родных языках, являются носителями уникальной культуры, защита которой, особенно в случае малочисленных народов, имеет несомненно важное значение. Отметим, что ряд официальных документов закрепляет политику России в этом направлении. Среди таких документов, безусловно, следует назвать Конституцию Российской Федерации, Закон о языках народов Российской Федерации, Закон о гарантиях прав коренных малочисленных народов Российской Федерации, Рамочную конвенцию о защите национальных меньшинств, Европейскую хартию региональных языков или языков меньшинств, различные федеральные целевые программы, направленные на поддержку языков и культур этнических групп России, а также, например, Совместную программу Совета Европы и Европейской Комиссии в сотрудничестве с Министерством регионального развития Российской Федерации «Меньшинства в России: развитие языков, культуры, СМИ и гражданского общества» и другие документы.

Многие из перечисленных выше официальных соглашений отмечают важность стимулирования коммуникации на языках этнических объединений, также и через каналы массмедиа. В Законе о гарантиях прав коренных малочисленных народов Российской Федерации от 1999 г., например, упоминается, что малочисленные народы имеют право создавать собственные СМИ (статья 10), а в Концепции государственной национальной политики Российской Федерации от 1996 г. (раздел 5) отмечается, что все граждане Российской Федерации вне зависимости от их территории проживания имеют право учреждать в установленном порядке всероссийские, региональные и местные СМИ, получать и распространять в них информацию на родном языке. Важная роль СМИ в сохранении языков и культур малых народов отражена и в реализуемой в настоящее время федеральной целевой программе «Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие народов России (2014–2020 годы)». В качестве одного из путей выполнения своих ключевых задач (укрепление единства многонационального народа Российской Федерации, гармонизация межнациональных отношений, содействие этнокультурному многообразию народов России[3]) программа предлагает использовать СМИ для знакомства граждан с культурой и историей народов России и развития практики межнационального общения. Речь в данном случае идет о создании тематических радио- и телепередач, газетных и журнальных рубрик, интернет-проектов, посвященных вопросам межкультурной коммуникации, и укреплении контактов между представителями разных этнических групп.

Проанализировав существующие государственные инициативы в области защиты языков и культур малых народов России, а также изучив основные векторы работы государственных и негосударственных объединений в этом направлении (в их числе Президентский совет по межнациональным отношениям, Гильдия межэтнической журналистики, Московский дом национальностей и другие) (Gladkova, 2013: 331–332), мы обнаружили, что защита лингвистического и культурного плюрализма в медиасреде является одним из приоритетных направлений их деятельности. В данном случае речь идет как о прямых государственных субсидиях на развитие СМИ этнических групп, так и о непрямых мерах поддержки СМИ на языках малых народов (например, о курсах подготовки журналистов, работающих в СМИ такого типа и выпускающих материалы о межэтнических взаимоотношениях; или о

программах повышения цифровой грамотности сотрудников редакции этнических СМИ, способствующих развитию конвергентных процессов в редакции и освоению данными СМИ современных онлайн-ресурсов).

Принимая во внимание большую работу по поддержке СМИ на национальных языках, проводимую как государственными органами власти, так и негосударственными объединениями сегодня, нам представляется целесообразным проанализировать и оценить место отечественных СМИ на национальных языках в российском медиапространстве. Особый интерес в этом контексте представляют, на наш взгляд, интернет-СМИ на языках этнических групп России. Обращение именно к этому типу СМИ обусловлено рядом причин: так, в первую очередь, нетрудно предположить, что на фоне роста интернет-аудитории на территории России[4], увеличения доверия россиян к Интернету как источнику актуальной информации[5] и снижения уровеня цифрового разрыва в различных регионах России (Вартанова, 2013: 24) интернет-СМИ на языках малых народов будут переживать период активного развития. Допустим, что получив более широкий доступ к интернет-ресурсам, представители этих народов станут принимать более активное участие в онлайн-коммуникации, создании вебсайтов на своих родных языках, распространении информации о своей культуре посредством Интернета; иными словами, участвовать в создании оригинального контента, получив для этого необходимые технические возможности. Все эти факторы, мы считаем, делают интернет-СМИ на языках этнических групп России интересным и актуальным предметом для анализа.

Добавим, что интернет-СМИ на языках этнических групп являются сравнительно малоизученным сегментом российской медиасистемы: большинство современных отечественных исследователей, в разное время обращавшихся к изучению СМИ на языках малых народов нашей страны, делали акцент преимущественно на печатных или аудиовизуальных СМИ, а также рассматривали вопросы языкового и культурного плюрализма в целом (Андриченко, 2005; Гарифуллин, 2013; Пивнева, 2013; Морозова, 2011 и др.) Gladkova, 2013), исследуя конфликты на этнической почве и их отражение в СМИ (Прикладная конфликтология для журналистов, 2006), стереотипное восприятие других этнических и культурных формирований (Веревкин, 2009; Миньяр-Белоручева, Покровская, 2012), репрезентацию образа этнических групп в

СМИ (Малькова, 2005, 2014), вопросы миграции (Осин, Константинов, 2014) и особенности использования так называемого «языка вражды» при создании журналистских текстов (Шулумба, 2013). Вместе с тем, число исследований, посвященных анализу коммуникации на языках малых народов в онлайн-среде, в настоящее время не очень велико (Бальхаева, 2008; Володина, 2010; Гимадеева, 2012; Качмазова, 2012; Гладкова, 2015 и др.).

Данная статья представляет собой часть более глобального исследования и направлена преимущественно на выявление количественных характеристик вебсайтов на языках первых десяти наиболее многочисленных этнических групп России (исключая русских)[6]. Несмотря на ограниченную выборку исследования, авторы полагают, что полученные данные в дальнейшем можно будет 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.

Методология

Для настоящего исследования авторами были выбраны электронные СМИ, зарегистрированные в субъектах РФ, в которых, кроме русского, есть еще один государственный язык. На первом этапе исследования было принято решение провести анализ электронных СМИ, которые вещают главным образом в наиболее крупных городах республик на языках соответствующих этнических групп или на нескольких языках (включая язык этнической группы). Для конкретизации выборки также были учтены данные Росстата, на основании которых удалось выделить субъекты федерации с наибольшим числом граждан (в процентном соотношении), которые считают своим родным языком не русский. В результате данного анализа были определены следующие субъекты РФ и языковые группы: республика Татарстан (Казань) – татарский язык, республика Крым (Симферополь) – украинский, республика Башкортостан (Уфа) – башкирский, Чувашская республика (Чебоксары) – чувашский, Чеченская республика (Грозный) – чеченский, республика Мордовия (Саранск) – мордовский, республика Дагестан (Махачкала) – аварский, азербайджанский, даргинский, Удмуртская республика (Ижевск) – удмуртский.

Процесс исследования усложнил тот факт, что далеко не все веб-сайты, имеющие некоторые признаки СМИ и позиционирующиеся как таковые, зарегистрированы Роскомнадзором. Первичный анализ интернет-ресурсов, основной аудиторией которых являются жители указанных выше субъектов федерации, показал, что сайтов на языках этнических групп достаточно много. В то же время после проверки данных ресурсов в реестре Роскомнадзора и по базе данных Public.ru оказалось, что значительная часть сайтов не соответствует целям исследования. В итоге, для работы были выбраны 75 официальных интернет-СМИ, которые зарегистрированы в выбранных для исследования субъектах федерации.

Анализ интернет-ресурсов, зарегистрированных в крупнейших городах указанных выше республик проводился по следующим критериям:

- соответствие веб-сайта статусу СМИ. Для получения объективных результатов анализ интернет-ресурсов по данному критерию был разбит на два этапа. На первом этапе исследования мы обратились к базам данных, генерируемым сервисом Public.ru, что позволило определить группу сайтов, зарегистрированных в конкретных городах и имеющих признаки СМИ. Поиск по каталогам проводился по двум показателям: «место издания» – город, выбранный для анализа, «тип» – Электроника/интернет-издание. Учитывая некоторое несовершенство данного сервиса, на втором этапе мы сопоставили полученные результаты с данными, представленными в реестре Роскомнадзора. Такой двухуровневый анализ позволил сузить и конкретизировать выборку. Кроме того, в ходе сравнения полученных результатов были сделаны интересные выводы, о которых будет сказано ниже;

- наличие контента интернет-СМИ на нескольких языках (комбинация языковых версий могла включать русский, английский и язык соответствующей этнической группы, т.е. татарский, башкирский, чувашский, чеченский или иные языки). В задачи исследования входило не только определение количества сайтов интернет-СМИ, содержащих контент на языках этнических групп, но и определить место и долю этих ресурсов на региональных медиарынках. При анализе учитывался язык главной страницы сайта и степень наполненности сайта на языке этнических групп;

- собственники интернет-СМИ, содержащих контент на языках этнических групп. Данный этап был включен главным образом с целью получения ответа на вопрос, являются ли выбранные электронные СМИ на национальных языках проектами частных медиакомпаний либо же это в большей степени государственная инициатива[7].

В ходе исследования авторы провели пять экспертных интервью. Были опрошены администраторы и редакторы сайтов, контент которых представлен на языках этнических групп, что позволило определить специфические особенности функционирования и продвижения обозначенных интернет-СМИ. Кроме того были проведены два интервью со специалистами по поисковым алгоритмам компаний Яндекс и Гугл (*Google*), с целью выявления особенностей индексации интернет-ресурсов на выбранных языках.

Результаты исследования

Первое, на что обратили внимание авторы статьи в процессе исследования, – отсутствие четкой корреляции между позиционированием интернет-ресурса и его официальным статусом. Так большинство сайтов, попавших в поле зрения исследователей, имеют некоторые элементы, присущие электронным СМИ (рубрикатор, новостная лента, описание редакционной политики, список журналистов), присутствуют в базе данных Public.ru, но при этом официальными СМИ не являются, так как отсутствуют в реестре Роскомнадзора. Особенно это несоответствие заметно при рассмотрении электронных СМИ республики Крым. Из 18 интернет-ресурсов, позиционирующих себя как СМИ на территории крымского региона, только 8 представлены в соответствующем реестре. Это присутствие «ложных» интернет-СМИ, безусловно, требует отдельного рассмотрения, что, вероятно, будет сделано в следующих работах, но в данной статье мы выносим этот вопрос за скобки. Следуя сформулированным выше задачам, в выборке настоящего исследования мы сохранили только те интернет-ресурсы, которые являются официальными интернет-СМИ. В табл. 1 представлено распределение интернет-сайтов и интернет-СМИ в выбранных для исследования регионах.

Таблица 1

Результаты анализа интернет-СМИ в субъектах РФ (общее число источников = 75 интернет-ресурсов)

Регион	Татарстан	Крым	Башкортостан	Чувашия	Удмуртия	Чечня	Дагестан	Мордовия
Кол-во интернет-сайтов[8]	22	18	13	4	8	5	1	4
Кол-во интернет-СМИ[9]	20	8	11	4	8	5	1	4
Население республики (тыс. чел.)[10]	3779,8	2327,4	4102,9	1313,9	1570,5	1100,3	2584,2	888,7

Данные, представленные в таблице, наглядно показывают, что количество интернет-СМИ распределяется по республикам неравномерно. Явным лидером является республика Татарстан, в то время как в Дагестане удалось обнаружить всего одно зарегистрированное интернет-СМИ. В процессе поиска причин такой неоднородности авторам статьи удалось выяснить, что распределение интернет-СМИ по республикам достаточно четко коррелируется с уровнем проникновения Интернета в этих регионах[11]. Также прослеживается некоторая взаимосвязь с населением отдельных республик. Как видно из данных таблицы, в большинстве республик число электронных СМИ пропорционально населению региона. К исключениям можно отнести Мордовию, где при сравнительно небольшом населении вещает 4 официальных интернет-СМИ, и Дагестан, где ситуация обратная – всего одно официальное СМИ при населении в 2584,2 тыс. человек. В целом же налицо сохранение уже сложившейся закономерности: чем дальше от центрального региона, тем ниже уровень проникновения Интернета, а соответственно меньше число веб-сайтов и официальных интернет-СМИ.

Ограничив выборку исследования сайтами, которые зарегистрированы как официальные СМИ в крупнейших городах выбранных регионов, мы приступили непосредственно к анализу ре-

сурсов с целью выявления контента на языках национальных групп. Последовательный обзор данных электронных СМИ позволил убедиться в том, что в целом доля сайтов, контент которых представлен на этнических языках или в том числе на них, невелик – менее 10% от общего числа интернет-СМИ. Стоит сразу отметить, что авторам не удалось выявить сайты исключительно на языке этнических групп, все изученные ресурсы содержат контент в том числе на русском языке.

Как и в случае с распределением интернет-СМИ по республикам, СМИ на языках национальных групп представлены в изученных регионах неравномерно (см. табл. 2). Так лидером по количеству сайтов на национальном языке является Татарстан – 11 сайтов на татарском; в Башкортостане на момент исследования официально зарегистрировано 3 сайта на башкирском, в Чувашии – один сайт на чувашском. В Мордовии и Удмуртии не удалось обнаружить ресурсов на национальных языках. В Дагестане и Крыму также нет официальных интернет-СМИ на языках этнических групп, но при этом присутствует по одному сайту на английском языке. В Чечне сайтов на английском – 2, также присутствует одно интернет-СМИ, контент которого частично переведен на чеченский.

Для продолжения рассуждений об электронных СМИ на этнических языках необходимо внести ясность в принципы организации контента на данных сайтах. Так, когда мы говорим о сайте на языке этнической группы, фактически речь идет о двух сайтах, которые практически не отличаются по верстке и дизайну, но имеют различный текстовый контент – на национальном языке и на русском языке (как было отмечено выше, все изученные сайты имеют контент на русском). Стоит заметить, что все выбранные для исследования ресурсы функционируют в рамках этой модели. Не удалось обнаружить сайты, где бы чередовались материалы на русском и этническом языках. Исключением являются страницы с нежурналистскими материалами (история редакции, контакты, редакционная политика). В таких разделах обычно присутствует текст на русском и национальном языках. Для перехода между сайтами (на практике это приводит к смене языка) необходимо нажать соответствующую кнопку в верхней части сайта, после чего пользователь перенаправляется на сайт-клон, но с контентом на другом языке. В итоге сайт на одном языке является главным,

сайт на другом – вторичным. Пример: *основной сайт татарского интернет-СМИ «Заря» на русском языке – http://alekseyevsk.ru, на татарском – http://alekseyevsk.ru/tt.html.*

В нашем исследовании это обстоятельство является важным, так как, в зависимости от решения редакции, «главным», а соответственно более доступным и потребляемым, может стать сайт либо на русском, либо на национальном языке. Анализ сайтов на предмет «главного» национального языка показал, что этот подход не слишком популярен в редакциях выбранных интернет-СМИ. Всего в двух республиках удалось обнаружить сайты с главной страницей на национальном языке. В Татарстане – 6 сайтов из 11 содержат контент на татарском языке, в Башкортостане – 1 сайт из 3 на башкирском.

Таблица 2

Интернет-СМИ на языках этнических групп

Регион	**Татарстан**	**Крым**	**Башкортостан**	**Чувашия**	**Удмуртия**	**Чечня**	**Дагестан**	**Мордовия**
Кол-во интернет-СМИ	20	8	11	4	8	5	1	4
Национальный язык (кроме русского)	11	0 1-англ.	3	1	0	1-частично 2-англ.	0 1-англ.	0
Основной сайт на национальном языке	6	0	1	0	0	0	0	0

Таким образом, можно констатировать факт, что на данный момент на российском интернет-пространстве представлено всего пятнадцать официальных интернет-СМИ на национальных языках, зарегистрированных в крупнейших городах выбранных республик. И только семь из них в действительности таковыми являются. Остальные восемь, хотя и содержат контент на языке этнической группы, фактически являются интернет-СМИ на русском языке. Такой вывод мы можем сделать на основании анализа пользовательской активности на изученных веб-сайтах (Черевко, 2015: 244–245). Не более 4 % пользователей принимают решение перейти с русскоязычной версии сайта на версию на национальном языке.

Данное положение вещей на рынке интернет-СМИ на национальных языках убедило авторов статьи обратить внимание на собственников изученных ресурсов. Цель данного анализа заключалась в необходимости понять причины такого неравномерного распределения электронных СМИ на национальных языках. Так как создание версии сайта на языке этнической группы связано с дополнительными издержками, как было отмечено выше, мы фактически сталкиваемся с созданием, администрированием и продвижением еще одного сайта, у авторов возникло предположение, что для частных интернет-СМИ такой проект будет попросту нерентабельным. Результаты анализа выбранных для исследования ресурсов с учетом данных Роскомнадзора подтвердили это предположение. Исследование показало, что собственниками 100% официальных интернет-СМИ, содержащих контент на языке национальных групп, являются государственные медиакомпании. Более того, список этих компаний не отличается разнообразием. Так, все веб-сайты, содержащие контент на татарском, принадлежат Татмедиа – крупному региональному холдингу в Республике Татарстан, собственником которого в свою очередь является министерство земельных и имущественных отношений республики Татарстан. Учредителями единственного в Башкортостане интернет-СМИ с основным контентом на башкирском языке[12] являются секретариат Государственного собрания – Курултая Республики Башкортостан, аппарат Правительства Республики Башкортостан.

Выводы

Проведенный анализ официальных интернет-СМИ, зарегистрированных в столицах выбранных республик, позволил убедиться в том, что процент веб-сайтов, контент которых представлен на этнических языках или в том числе на них, невелик – менее 10% от общего числа интернет-СМИ. В ходе работы удалось установить, что многие интернет-ресурсы, которые вещают в исследуемых регионах, в том числе на этнических языках, и воспринимаются аудиторией как СМИ, формально таковыми не являются. Особенно такое положение дел характерно для интернет-ресурсов республики Крым (10 из 18 сайтов не зарегистрированы Роскомнадзором), что вероятнее всего связано с неопределенностью их статуса после входа Крыма в состав РФ.

Исследование показало, что официальные интернет-СМИ на национальных языках неравномерно представлены в изученных регионах. Их доля относительно общего числа официальных интернет-СМИ в значительной степени варьируется от республики к республике: 50% – в Татарстане, отсутствуют – в Мордовии, Удмуртии, Дагестане. Все изученные ресурсы, содержащие контент на национальном языке, фактически представляют собой два сайта, один из которых полностью на русском, второй – на национальном языке, переход между ресурсами производится нажатием соответствующей кнопки. Учитывая специфику потребления контента на сайтах интернет-СМИ, фактически мы можем говорить о том, что СМИ на национальном языке является только тот сайт, который имеет «главную» версию на национальном языке (в нашем случае это 6 сайтов из всей выборки). Данную точку зрения подтверждает анализ потребительской активности пользователей на изученных сайтах: если «главный» сайт на русском языке, только 2–4% пользователей принимают решение сменить язык на национальный. В то же время, если «главный» сайт представлен на национальном языке, не менее 74% пользователей остаются на нем.

Хотя сравнительный контент-анализ не входит в основные цели представленного исследования, но в итоге можно сделать вывод, что контент на разных языках практически полностью дублируется. Исключением являются ленты новостей. Оперативные новости на сайтах, «главным» языком которых является русский, представлены только на русском языке. В этом случае ленты новостей в версиях на национальных языках содержат отдельные, наиболее актуальные по мнению редакции новости. В случае с ресурсами, где «главным» языком является русский, наблюдается полное дублирование контента. Данное наблюдение еще раз подтверждает тезис о том, что редакции интернет-СМИ неохотно идут на администрирование версий сайтов на национальном языке.

Тот факт, что большая часть СМИ представляют главным сайтом русскоязычную версию или в целом не имеют версии на национальном языке, обусловлен не только лояльностью аудитории к русскоязычному контенту. В процесс общения с представителями редакций и администраторами ресурсов удалось выявить еще два важных фактора.

Первый – наполнение контентом версии сайта на национальном языке оказывает дополнительную нагрузку на штат редакции, при том что спрос на этот контент сравнительно невысок. Краудсорсинговые платформы, которые позволяют достаточно эффективно и на выгодных для ресурса условиях переводить контент сайтов на большинство западных языков, на данный момент практически не содержат предложений по переводу на языки этнических групп РФ. В результате, для частных медиапроектов перевод материалов на национальный язык является коммерчески невыгодным.

Второй фактор – залог эффективной, в том числе с коммерческой точки зрения, работы интернет-СМИ – выдача ресурса в поисковых системах Яндекс и Google. Существующий инструментарий Сео (*SEO*) оптимизации не позволяет так же эффективно продвигать сайт на национальном языке, как ресурс на русском. интернет-СМИ с основным контентом на русском языке значительно лучше индексируются поисковыми системами, позволяют привлечь большую аудиторию, а соответственно позволяют зачастую получать большие рекламные доходы. Таким образом, для коммерческих медиакомпаний сайт на национальном языке является балластом, который требует дополнительных временны́х и финансовых затрат, но практически не способствует росту аудитории, не приносит реальной прибыли компании.

Итоги исследования логичным образом соотносятся с результатами анализа собственников интернет-СМИ, содержащих контент на языках этнических групп. Данные ресурсы – прерогатива государственных медиакомпаний, которые, вероятно, могут позволить себе не так внимательно считать рентабельность медиабизнеса. Но, как удалось убедиться авторам статьи, и они не торопятся осваивать эту нишу. Таким образом, работа по развитию интернет-СМИ на языках этнических групп только начинается, но уже сейчас видны очевидные сложности этого направления. Результаты будут напрямую зависеть от уровня государственной поддержки данного проекта[13].

Примечания

---

[1] Итоги всероссийской переписи населения, 2012. Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm (дата обращения: 20.12.15).

[2] Население ускоренно сокращается, 2015. Режим доступа: http://www.vedomosti.ru/career/news/1454949/naselenie_rossii_uskorenno_sokraschaetsya (дата обращения: 20.12.15).

[3] Постановление Правительства РФ «О федеральной целевой программе «Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие народов России (2014–2020 годы)». Режим доступа: http://government.ru/media/files/41d4862001ad2a4e5359.pdf (дата обращения 20.12.15)

[4] По данным ФОМ, летом 2015 г. доля российских пользователей, выходящих в Интернет хотя бы раз за сутки составила 53% (62,0 млн чел.), продемонстрировав годовой прирост на 6%. Режим доступа: http://fom.ru/SMI-i-internet/12369 (дата обращения 20.12.15).

[5] Уровень доверия россиян к Интернету как источнику актуальной информации вырос с 40% в 2011 г. до 64% в 2012 г., и общее число пользователей, называющих интернет-ресурсы своим основным источником информации, увеличилось до 59%, что делает Интернет третьим по популярности источником информации для россиян после телевидения и прессы // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2015. Режим доступа: http://www.fapmc.ru/rospechat.html (дата обращения: 20.12.15).

[6] Федерадьная служба государственной статистики. Режим доступа: http://www.gks.ru/ (дата обращения: 20.12.15).

[7] *Латухина К.* Путин поручил поддержать СМИ на языках народов России // Рос. газ. 2015 Июль, 7. Режим доступа: http://rg.ru/2015/07/07/smi-site.html (дата обращения: 20.12.15).

[8] По данным Public.ru.

[9] Интернет-СМИ зарегистрированные Роскомнадзором.

[10] Режим доступа: http://www.gks.ru/perepis/tabl_1.htm (дата обращения: 25.12.15).

[11] Интернет в России: динамика проникновения. Весна 2015 // ФОМ. 2015. Авг., 12. Режим доступа: http://fom.ru/SMI-i-internet/12275 (дата обращения: 25.12.15).

[12] Режим доступа: http://bashgazet.ru (дата обращения: 26.12.15).

[13] Владимир Путин подписал перечень поручений по итогам совместногозаседания Совета по межнациональным отношениям и Совета по русскому языку, состоявшегося 19 мая 2015 года. Пр-1310, п. 1 г: до 01 февраля 2016 года разработать комплекс мер, направленных на поддержку и развитие печатных и электронных средств массовой информации, распространяемых на языках народов Российской Федерации.

Библиография

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

Веревкин О.Л. Стереотипы восприятия этнических групп // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2009. № 6 (94).

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. *Кузьмин Е.И., Плыс Е.В.* М.: МЦБС, 2010.

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

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

Гладкова А.А. Региональные вебсайты этнических групп России как отражение языкового и культурного плюрализма в сети Интернет // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. 2015. № 2.

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.

Малькова В.К. «Не допускается разжигание межнациональной розни...»: книга об этнической журналистике. Из опыта анализа российской прессы. М.: Academia, 2005.

Малькова В.К. Этническая тематика в российском информационном пространстве // Коммуникология. 2014. № 5 (3).

Миньяр-Белоручева А.П., Покровская М.Е. Этнические стереотипы в современном языковом пространстве // Национальный психологический журнал. 2012. № 2.

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

Осин Р.В., Константинов В.В. Особенности отношения к образу трудового мигранта в СМИ // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2014. № 9.

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

Прикладная конфликтология для журналистов / сост. *М. Мельников*. М.: Права человека, 2006.

Черевко Т.С. Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы. М.: МедиаМир. С. 244–245.

Шулумба Б.В. СМИ и этничность: от языка вражды к языку толерантности // Социально-гуманитарные знания. 2013. № 5.

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

Notes

All-Russian population census 2012. Available at: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm

Federal law. Available at: http://government.ru/media/files/41d486200 1ad2a4e5359.pdf

Internet in Russia (2015). Public Opinion Foundation. Available at: ъъ: http://fom.ru/SMI-i-internet/12275

Rossiyskaya gazeta. 2015. July 07. Available at: http://rg.ru/2015/07/07/ smi-site.html

Population is extremely reducing. Available at: http://www.vedomosti.ru/ career/news/1454949/naselenie_rossii_uskorenno_sokraschaetsya

References

Bal'khaeva I.K. (2008) Deyatel'nost' bibliotek Respubliki Buryatiya po razvitiyu mnogoyazychiya v seti Internet [The role of libraries in Buryatiya republic in developing multilingualism in the Internet]. *Mnogoyazychie v Rossii: regional'nye aspekty* [Regional aspects of multilangualism in Russia]. Moscow: Interregional Centre of Libraries Cooperation.

Cherevko T.S. *Zhurnalistika v 2015 godu. Informatsionnyy potentsial obshchestva i resursy mediasistemy* [Journalism in the year 2015. Informative capacities of the society and media resources]. Moscow: MediaMir Publ. Pp. 244-245.

Garifullin V.Z. (2013) Rol' musul'manskikh SMI v obespechenii etnokonfessional'noy tolerantnosti v Tatarstane [The role of muslim media in inf of ensurethnic tolerance in Tatarstan]. *Journal of Chelyabinsk State University* 21(312).

Gimadeeva D.R. (2012) Tatarskie setevye gruppy kak vid etnicheskikh soobshchestv [Tatarian Internet communities as a kind of ethnic groups]. *Kul'tura. Dukhovnost'. Obshchestvo* [Culture. Spirituality. Society]. Novosibirsk: LLC "Centre of scientific cooperation".

Gladkova A. A. (2015) Regional'nye vebsayty etnicheskikh grupp Rossii kak otrazhenie yazykovogo i kul'turnogo plyuralizma v seti Internet [Regional wesites of Russian ethnic groups as a reflection of linguistic and cultural pluralism in the Internet]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Series 10. Journalism* 2.

Gladkova, A.A. (2013) Cultural pluralism in Russian press: challenges and prospects of development. In *World of Media. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies*. Moscow: MediaMir Publ.

Kachmazova A.U. (2012) Etnicheskie avtostereotipy yuzhnykh osetin v aspekte mezhkul'turnoy kommunikatsii (na materiale kavkazskikh Internet-blogov i forumov [Ethnic authostereotypes about southern Osetians in terms of Intercultural communication]. *Actual problems of humanities and science* 9.

Mal'kova V.K. (2005) *«Ne dopuskaetsya razzhiganie mezhnatsional'noy rozni...»* ["Interethnic discord is not permitted..."]. Moscow: Academia Publ.

Mal'kova V. K. (2014) Etnicheskaya tematika v rossiyskom informatsionnom prostranstve [Ethnic problems of the information space]. *Kommunikologiya* 5(3).

Min'yar-Belorucheva A.P., Pokrovskaya M.E. (2012) Etnicheskie stereotipy v sovremennom yazykovom prostranstve [Ethnic stereotypes in modern linguistic space]. *National psychological journal* 2.

Morozova I.G. (2011) Natsional'nye yazyki i nauchno-tekhnicheskikh progress: na kakikh yazykakh budut govorit' nashi potomki? [Ethnic languages and technological progress. What languages will be spoken in future?]. In *Theory and practice in history, philosophy, politics, law, cultural and linguistic studies*.

Osin R.V., Konstantinov V.V. (2014) Osobennosti otnosheniya k obrazu trudovogo migranta v SMI [Pecularities of perception of migrant workers image in mass media]. *Humanities, social and economic studies* 9.

Pivneva E.A. (2013) Sovremennye praktiki podderzhki i razvitiya finno-ugorskikh yazykov v kontekste programm sokhraneniya kul'turnogo naslediya [Current practice in supporting and developing finno-ugrian languages within the program of preservation of cultural heritage]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta* 12(3).

Mel'nikov M. (2006) *Prikladnaya konfliktologiya dlya zhurnalistov* [Applied conflictology]. Moscow: Prava cheloveka Publ.

Shulumba B.V. (2013) SMI i etnichnost': ot yazyka vrazhdy k yazyku tolerantnosti [Mass media and ethnicity]. *Social and humanitarian knowledge* 5.

Verevkin O.L. (2009) Stereotipy vospriyatiya etnicheskikh grupp [Stereotypes of ethnic groups perception]. *Monitoring of the public opinion. Economic and social changes* 6 (94).

Volodina N.I. (2010) Yazykovaya situatsiya v Chuvashskoy respublike [Languages in Chuvashiya]. *Yazykovoe i kul'turnoe raznoobrazie v kiberprostranstve*. Sbornik materialov Mezhdunarodnoy konferentsii [Linguistic variety in the cyberspace. Materials of the International conference] (Yakutsk, 2–4 iyulya 2008 g.). Moscow: MTsBS.

Поступила в редакцию
15.04.2016