

**Освещение телеканалами Северо-Кавказского федерального округа
важнейших направлений и внешних культурных контактов республик
Северного Кавказа.**

Научный руководитель – Ежова Елена Николаевна

Туаева Мария Андреевна

Студент (магистр)

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: tuaevamaria@yandex.ru

Изучение этой проблемы представляется **актуальным**, поскольку именно культура во всем своем многообразии является качественной характеристикой целостности российского общества, важнейшим фундаментом, который получает из прошлого каждое поколение.

В последнее десятилетие проблема культурной самоидентификации и взаимодействия народов России находит все больший отклик у исследователей различных областей (И.Н. Блохин, Т.С. Болховитин, Н.С. Гегелова, С.А. Герасимов, Е.Н.Ежова, А.В. Костина, В.А. Луков, Е.Н. Молчанова, В. В. Перевалов, А.В. Плотников, Д. Терновская и др.). С учетом этого представляется важным обратиться к выявлению совместной роли телевидения и пиар-технологий, в освещении культурных особенностей и связей народов Северного Кавказа.

В научной работе в качестве объекта исследования выступили телевизионные каналы СК, где рассматривается их специфика освещения вопросов самоидентификации и этнокультурного взаимодействия, также тематическое своеобразие телевизионных материалов, демонстрирующих культурный имидж народов СКФО.

Для анализа послужили материалы о культуре, представленные телеканалами СКФО: ГТРК Дагестан (г.Махачкала), РГВК Дагестан (г.Махачкала), ГТРК Ингушетия (г.Назрань), НОТР (г.Нальчик), ГТРК Кабардино-Балкария (г.Нальчик), Архыз-24 (г. Черкесск), ГТРК Алания (г. Владикавказ), 9 канал (г. Ессентуки), ГТРК Ставрополье (г. Ставрополь), СТВ (г.Ставрополь), ЧГТРК Грозный (г. Грозный), ГТРК Вайнах (г. Грозный), ТРК Путь (г. Грозный), ТРК ДайМохк (г. Грозный).

Новизна проекта заключается в осуществлении одной из актуальных попыток комплексного анализа на основе метода сплошной выборки материалов о национальной культуре различных народов за 2015-17 гг. на телеканалах СКФО с целью выявления их стратегии формирования культурного имиджа народов Северного Кавказа, определения факторов развития и этнополитической консолидации России.

В ходе работы нами определено место целевой аудитории как основного компонента телевидения в формировании этнокультурного имиджа региона; установлена специфика и факторы формирования культурного имиджа народов Северного Кавказа телеканалами региона; классифицировано тематическое своеобразие телевизионных материалов о культурном проявлении, развитии и взаимодействии народов СК; представлены методы транслирования телеканалами округа важнейших направлений внешних культурных контактов республик Северного Кавказа их дальнейшего развития в духе дружбы и сотрудничества.

Ценными для нас представляются слова доктора филологических наук, профессора Е.Н. Ежовой: «Прежде чем пропустить телеинформацию в свое сознание, человек должен ощутить свою идентичность с той моделью образа жизни, которую предлагает телеканал. В этой связи чрезвычайно важным оказывается наличие в структуре телевизионного текста своеобразных вербально-семиотических зацепок сознания - маркеров образа жизни той целевой аудитории, на которую рассчитано информационное сообщение» [Ежова, 2010, с.42].

Выявлено, что специфика трансляции тематических телепередач определяет процесс восприятия культурных феноменов, где каждая традиция, обряд, язык задают собственную установку и/или образ, априорно значимый для народа. Подобное «приобщение» гарантирует индивиду принадлежность к определенной культурной общности и обеспечивает его включенность в заданный этим кодом культурно-исторический универсум.

Практическая, научная и социальная значимость научной работы также заключается в теоретическом и прикладном значении материалов исследования, которые могут быть эффективно использованы при проведении обучающих семинаров для медийных компаний, журналистов-практиков, общественных организаций.

Источники и литература

- 1) Блохин, И. Н. Журналистика в этнокультурном взаимодействии [Текст]: учебное пособие / И. Н. Блохин – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2013. – 198с.
- 2) Болховитина, Т. С. Культурные процессы в зеркале российских СМИ: политологическое измерение [Текст]: Журнал «Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки». Выпуск № 2, 2009. –С. 92-97
- 3) Гегелова, Н.С. Язык и стиль телевизионных программ в аспекте культурно-просветительской миссии телевидения [Текст] / Н.С. Гегелова // Медиаальманах. – 2011. –№3. – С. 64-69
- 4) Герасимова, С.А. Телевидение как средство формирования культурных ценностей личности [Текст]: автореф. Дис. ... канд. культуролог. наук / С.А. Герасимова; СПбГУ. – СПб., 2000. – 27 с.
- 5) Ежова, Е.Н. Медиа-рекламная картина мира: структура, семиотика, каналы трансляции [Текст] / Е.Н. Ежова // Дис. д-ра филол. наук. Ставрополь, 2010. – 635 с.
- 6) Ежова, Е.Н. Фрейм «образ жизни» в рекламной картине мира. Вестник Ставропольского государственного университета [Текст] / Е.Н. Ежова. – 2007. – №50. – 320 с.
- 7) Костина, А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества [Текст] / А.В. Костина // 3-е изд. – М.: Эдиториал УРСС, 2006. – 352 с.
- 8) Луков, В.А. Телевидение: конструирование культуры происходящего [Текст] / В.А. Луков, М.В. Луков, А.В. Луков // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение», 2008, №1. Режим доступа: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2008/1/Lukovs_TV/
- 9) Молчанова, Е.Н. Телевидение в культуре современного информационного общества [Текст]: дис. канд. филос. наук / Молчанова Елена Николаевна. – Ставрополь, 2005. – 149 с.; Оглавление; Введение; Список лит. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.dissercat.com/content/televidenie-v-kulture-sovremennogo-informatcionnogo-obshchestva> – (Дата обращения: 23.01.2017).
- 10) Перевалов, В.В. Культуроформирующая деятельность журналистики (Условия и факторы оптимальной реализации культуроформирующих функций СМИ) [Текст]: дис... канд. филол. наук: 10.01.10 / В.В. Перевалов. – М.: Столичный институт, 2003. – 220 с.
- 11) Плотников, А.В. Роль СМИ в формировании культуры современного российского общества [Текст] / А.В. Плотников. – 2006. – 163 с.

- 12) Терновская, Д. Место регионального телевидения в обществе массовой культуры [Текст] / Д. Терновская // Международный журнал МИС (Медиа.Информация.Коммуникация). – Москва, 2002. – URL: <http://mic.org.ru/5-nomer-2013/182-mesto-regionalnogo-televideniya-v-obshchestve-massovoj-kultur> у – (Дата обращения: 04.02.2017).

Иллюстрации

Рис. 1. Выбор тематики телевизионных материалов о культуре с точки зрения сфер «Образ Жизни Субъекта»