

Богданова Татьяна Владимировна**Bogdanova Tatyana Vladimirovna**

аспирант кафедры региональных исследований
и международных отношений
Московского государственного университета
им. М.В. Ломоносова

PhD student,
Area Studies and International
Relations Department
Lomonosov Moscow State University

РОЛЬ ЭТНИЧЕСКИХ СМИ В МУЛЬТИКУЛЬТУРНОМ ОБЩЕСТВЕ КАНАДЫ

THE ROLE OF ETHNIC MASS MEDIA IN MULTICULTURAL CANADIAN SOCIETY

Аннотация:

Основное содержание исследования посвящено вопросам существования мультикультурных СМИ в Канаде. На основе детального анализа содержания этнических средств массовой информации дается обобщенная характеристика функций и роли, которые выполняют данные СМИ в канадском обществе. Мониторинг общественного мнения различных слоев населения по отношению к СМИ третьего языка позволяет создать наиболее объективную аналитическую картину.

Ключевые слова:

СМИ, Канада, мультикультурализм, видимые меньшинства, интеграция, язык.

Summary:

The research focuses on the issues of the existence of multicultural mass media in Canada. A generalized characteristic of ethnic mass media functions and role in Canadian society is based on detailed analysis of media content. The research provides an objective review due to monitoring of different population groups opinion on third language media.

Keywords:

mass media, Canada, multiculturalism, visible minorities, integration, language.

Мультикультурные средства массовой информации, также называемые этническими или СМИ третьего языка, представляют собой печатные издания (например, Ming Pao, Ginger Post, Sing Tao Daily, Corriere Canadese, Montreal Community Contact, New Hungarian Voice и др.), радио (одна из самых известных станций – CHIN-radio) и телевидение (наиболее популярные: OMNI TV, Ethnic Channels Group, AVC, Telelatino, CJNT-DT) на любом неофициальном языке, целевой аудиторией которых главным образом являются видимые меньшинства.

Основной виток развития мультикультурные СМИ получили в конце 1980-х гг., когда в правительстве Канады при обсуждении положений будущего Акта о мультикультурализме обратили внимание на то, как мало представителей этнических меньшинств вовлечено в медиапространство. Часть политиков выступила за внесение в закон о мультикультурной политике положения, согласно которому каждое этнокультурное меньшинство должно иметь свой собственный голос в средствах массовой информации [1].

Освещение событий на третьем языке сделало этнические СМИ популярными среди ново-прибывших иммигрантов, особенно не владеющих официальными языками Канады. Они становятся для них основным, если не единственным, источником информации как о жизни в стране, так и о возможностях получить образование, пройти переквалификацию и получить рабочее место.

Этнические диаспоры выбирают мультикультурные СМИ, чтобы быть в курсе жизни своей этнокультурной группы, а также сохранять и поддерживать свои языковые и культурные особенности.

Однако нельзя назвать этнические СМИ безусловным инструментом адаптации и прямым посредником на пути получения благ канадского общества. Как показало исследование одного из университетов Британской Колумбии (Simon Fraser University), проведенное на базе 19 крупнейших этнических газет и телеканалов на корейском, мандаринском и кантонском наречиях китайского языка и пенджаби, 50 % от эфира составляют международные новости, события Канады освещены лишь в 40 % [2]. Вопреки ожиданиям, этнические СМИ, в отличие от основных, больше внимания уделяют событиям в жизни страны происхождения, чем вопросам национальной интеграции, гражданским правам и ликвидации языкового барьера.

Содержание мультикультурных СМИ вызывает споры. Некоторые специалисты считают, что процесс адаптации иммигрантов к новым условиям происходит проще и быстрее, когда у них остается возможность быть в курсе событий из жизни родной страны, так чтобы они могли сравнивать понятия «здесь» и «там». Критики, напротив, уверены, что происходит задержка интеграции, позволяя иммигрантам чувствовать себя комфортно без попыток принятия канадских ценностей и правил. Такое мнение встречается даже среди иммигрантов первой волны. Так, одно из

исследований показало, что из 3000 китайцев, иммигрировавших в Монреаль, Торонто и Ванкувер, лишь 31 % подтвердил, что читает новости только на родном языке, тогда как 33 % пользуются только источниками на английском языке, а 19 % узнают информацию из двух видов источников информации [3].

Говоря о значении этнических СМИ для жизни канадского общества, также следует отметить, что они борются со стереотипизацией меньшинств и иммигрантов. Большинство новостей этой индустрии строится на принципе «только плохая новость – хорошая новость», таким образом, зачастую основные СМИ злоупотребляют стереотипами и выставляют расовые и культурные меньшинства только с негативной стороны, публикуя их в новостях определенного жанра (например, в разделе преступлений). В 2006 г. было проведено исследование трех крупнейших главных печатных изданий Канады (the Globe and Mail, National Post, Toronto Sun). Результаты показали, что афроканадцы выступают в роли преступников, правонарушителей, жертв, а также шутов и дурачков для ситкомов. Коренное население изображено как «благородные дикари», примитивные дикари, «пьяные аборигены». Представители мусульманских общин идут в сюжетах о террористах и угрозе национальной безопасности, а иммигранты из Азии ассоциируются с торговлей людьми [4, р. 346], тогда как статьи с положительным описанием представителей меньшинств редки и опять же ограничены по тематике.

Проведенный анализ фотоматериалов 6 канадских газет показал, что из 2 141 фотографии представители этнических меньшинств были запечатлены на 420 (19,6 % от общего числа). Из этого числа 36 % фотографий изображали спортсменов, и в единичных случаях снимки были размещены в статьях, посвященных бизнесу и социальной сфере. Другим примером недостаточной представительности расовых меньшинств является тот факт, что темнокожее население Канады упоминается на страницах газет преимущественно лишь во время проведения месяца афроканадской истории и летних музыкальных фестивалей NuitD'afrique и Carifestival [5, р. 355]. Именно это неравенство и дискриминация в представлении призваны исправить этнические СМИ. Те источники, которые выходят за рамки районного, местного и диаспорного распространения, рассказывают остальным гражданам Канады об участии представителей своего этнокультурного меньшинства в жизни страны, их достижениях и значимости их трудов для всеобщего блага.

В то же время такое стремление «отбелить» образ своей этнокультурной группы в глазах остального канадского общества приводит к искажению информации. Так, например, результаты фокусированного интервью иранских иммигрантов в Ванкувере показали, что значительная часть опрошенных предпочитает смотреть один из главных телеканалов Канады (CBC), чтобы узнать новости. Участники интервью заметили, что информация в этнических СМИ слишком идеализирована, представляет все события «белыми и пушистыми» [6, р. 652]. Кроме того, опрошенные не уверены, что этнические СМИ изображают их жизнь в менее нелепом и типизированном образе, чем основные. Описанные культурные события не относятся к их действительной жизни и не передают всей культурной сложности.

Значительную часть этнических СМИ составляют частные небольшие предприятия. Персонал таких организаций не всегда многочислен, что в свою очередь сказывается на численности статей, возможности проведения детальных исследований и освещении всех событий, связанных с жизнью целевой аудитории. Если речь заходит о мелких или даже семейных организациях, то тут возникают проблемы другого характера, а именно недостаточная квалификация работающего персонала [7, р. 6]. Такое положение вещей также сказывается на качестве информации, предоставляемой этническими СМИ. Кроме того, необходимо отметить финансовые проблемы, также негативно влияющие на работу мультикультурных СМИ.

Правительство старается оказывать поддержку этническим СМИ. Так, например, Комиссия по радио, телевидению и телекоммуникациям, созданная как регулятор канадской индустрии теле- и радиовещания в 1968 г., издала в 1990-х серию регламентирующих законов, согласно которым «60 % эфира должно было быть этническим» для получения регистрации и разрешения. Однако ни один из актов не содержит четкого определения понятия «этнический», в том числе нет правил, на каком языке должны быть этнические программы [8]. Таким образом, документальное кино о японской общине в Ванкувере на английском языке, снятое не представителями этой группы, может быть признано этнической программой, хотя не будет отвечать потребностям этнической аудитории.

Подводя итог, нельзя сказать, что мультикультурные СМИ представляют собой значительную часть от общего числа средств массовой информации Канады. Однако их роль в жизни мультикультурного канадского общества весьма важна. Этнические СМИ 1) являются главным источником информации для иммигрантов, 2) повышают чувство собственной значимости и гордости иммигрантов, 3) борются с негативными образами и стереотипами, 4) представляют собой источник информации для остальных канадцев о жизни и культуре видимых меньшинств. Однако в то же

время каждый пункт из достоинств этнических СМИ может быть опровергнут. Финансовые проблемы вкпе с недостаточной квалифицированностью и малочисленностью персонала сказываются на качестве, отпугивая от себя аудиторию. Изображая положительный образ и стараясь донести свою культурную идентичность, этнические СМИ искажают информацию, игнорируют факты и крайне упрощают действительную культурную самобытность группы. Тот факт, что значительная часть информации таких СМИ не посвящена канадской жизни, позволяет говорить о способствовании их геттоизации общества.

Ссылки:

1. Fleras A. Multicultural media in a post-multicultural Canada? Rethinking integration // *Global Media Journal – Canadian Edition*. 2015. Vol. 8, iss. 2. P. 25–47.
2. Murray C. Media infrastructure for multicultural diversity [Электронный ресурс]. 2008. 1 April. URL: <http://policyoptions.irpp.org/magazines/budget-2008/media-infrastructure-for-multicultural-diversity/> (дата обращения: 07.04.2017).
3. Ibid.
4. Ojo T. Ethnic print media in the multicultural nation of Canada // *Journalism*. 2006. Vol. 7, no. 3.
5. Ibid. P. 355.
6. Mahtani M. Racializing the audience: immigrant perceptions of mainstream Canadian English-language TV news // *Canadian Journal of Communication*. 2008. Vol. 22, no. 4.
7. Huston G.A. Canada's ethnic media: fostering dialogue, forging the engagement and integration of new Canadians, uniting our communities in Canada's diversity and multiculturalism responsibility [Электронный ресурс]. 2012. URL: <http://nationalethnicpress.com/wp-content/uploads/2012/02/NEPMCC-Report-TD-Final2012.pdf> (дата обращения: 07.04.2017).
8. Ethnic broadcasting policy [Электронный ресурс] : public notice CRTC 1999-117. URL: <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/1999/pb99-117.htm> (дата обращения: 07.04.2017).