

А.А. Соломонова

anastasiya1983@inbox.ru

канд. пед. наук, доцент
кафедры мировой литературы
Государственного института
русского языка
им. А.С. Пушкина
Москва, Россия



Русскоязычная пресса за рубежом

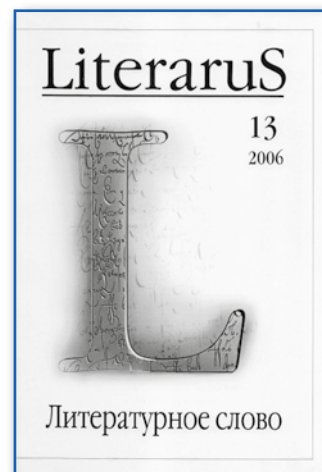
Русскоязычная пресса, русский как иностранный, интеграция, ассимиляция, преподавание.

В статье представлен обзор современного состояния русскоязычной прессы за рубежом. Автор останавливается на содержании данного понятия, функциях газет и журналов на русском языке за пределами России, целевой аудитории. Подробно рассматривается вопрос о возможности использования данных СМИ в преподавании РКИ.

На сегодняшний день вопрос о роли русскоязычных СМИ в сохранении и распространении русского языка за пределами России, а также в формировании единого русскоязычного пространства является очень актуальным не только в Европе, где численность русскоязычной диаспоры продолжает расти, но и в странах постсоветского пространства. Существование и создание новых СМИ на русском языке, становящихся носителями общей культурной основы и национально-духовных ценностей, являются

одними из возможностей поддержки русскоязычного населения за рубежом. От того, на каком уровне окажется развит этот социальный институт, будет во многом зависеть сохранение национального, культурного единства русского зарубежья с Россией. Кроме того, русскоязычные СМИ могут оказаться ценным материалом и в преподавании русского языка.

Рассмотреть деятельность абсолютно всех видов СМИ в пределах одной статьи – задача невыполнимая. Поэтому мы остано-



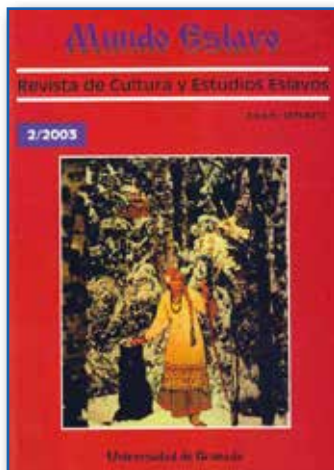
вим свое внимание только на одном из компонентов – прессе.

Особую роль в поддержании работы русскоязычных газет и журналов за пределами России играет Всемирная ассоциация русской прессы (ВАРП), которая ежегодно проводит конгрессы русскоязычной прессы в разных странах. Она была создана в 1999 г. с целью укрепления и развития единого русскоязычного пространства в мире. Ассоциация объединила около 400 СМИ многих стран мира. Ее деятельность направлена на сохранение русского языка в ближнем и дальнем зарубежье, а также на приумножение духовного и культурного наследия. Она взяла на себя обязанности по оказанию помощи русским зарубежным журналистам в повышении их профессионального мастерства, ассоциация регулярно проводит учебные семинары и курсы повышения квалификации для работников русскоязычных зарубежных СМИ, ежегодные международные конференции и т.д. В этих мероприятиях традиционно принимают участие видные государственные, общественные и политические деятели России и других стран, а также главные редакторы и ведущие журналисты русскоязычных периодических изданий.

Здесь следует внимательнее рассмотреть само понятие «русскоязычная пресса». Под этим термином мы подразумеваем не только издания, выпускающиеся за пределами России на русском языке, но и непосредственно российские газеты и жур-

налы, распространяющиеся за рубежом, например, по подписке или в розничной торговле. При этом во многих странах кроме собственно русскоязычных выходят и двуязычные издания. Они могут быть как смешанными двуязычными, т.е. содержащими недублирующие друг друга материалы на разных языках (например, немецкая ежемесячная газета «Heimat-Родина» (www.zeitung-heimat.de), так и параллельными двуязычными (ежемесячный журнал «Deutsch-Russischer Kurier»), все тексты в которых имеют перевод. Функция последних состоит в облегчении языковой ассимиляции русскоязычных читателей в языковой среде иного государства. Относительно смешанных двуязычных газет и журналов, напротив, можно сказать, что их наличие указывает на существование устойчивой группы билингвальных читателей.

Тематика русскоязычных изданий может быть различной – от новостных газет и журналов («Англия. Наши на острове» (www.angliya.com), болгарская «Русская газета» (www.russkayagazeta.com) до так называемой глянцевого прессы («Космополитен»), журналов для будущих мам, посвященных здоровью, познавательных («National geographic» на русском языке), а также рассчитанных на бизнесменов и т.д. К сожалению, приходится признать, что специализированные издания для преподавателей русского языка и русистов среди них встречаются крайне редко.



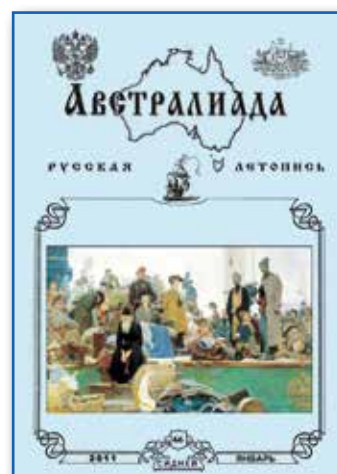
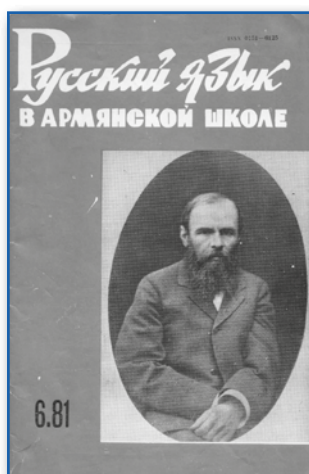
Для описания любого СМИ важно определить, является ли оно информационно самостоятельным, т.е. имеющим собственные каналы информации (корреспондентов, интервьюеров, аналитиков), или информационно зависимым, заимствующим чужую информацию и, как следствие, характер ее интерпретации. Газеты и журналы первого типа являются, как правило, и более качественными, во втором случае большое влияние на них оказывают информационные доноры.

Для любых СМИ, в том числе и для прессы, важным является вопрос о том, на какую аудиторию они рассчитаны, – только учитывая потребности читателей издание может стать успешным и процветающим, и не важно, будет ли оно печататься на родном для данной страны языке или нет. В качестве примера можно привести журнал «Русская Швейцария» – единственный регулярный и независимый источник информации о Швейцарии на русском языке. В нем учитываются особенности целевой аудитории: выходцам из республик бывшего СССР издание помогает интегрироваться в жизнь Швейцарии, разъясняя административные, образовательные, юридические вопросы. Туристам рассказывает о возможностях отдыха и лечения, бизнесменам – о вариантах трудоустройства и развития бизнеса. Читателям, которые не являются носителями русского языка, журнал помогает понять национальный характер россиян, основы и структуру российско-швейцарских отноше-

ний, а также косвенно способствует дальнейшему изучению и совершенствованию русского языка.

Интересно, что журнал при этом старается обращать особое внимание на детскую аудиторию: на детей и подростков из русскоязычной диаспоры. Редакция считает необходимым заинтересовать их, помочь не забывать родной язык, привлечь в ряды своих постоянных читателей. Стилистически правильный, литературный и в то же время живой язык издания способствует распространению русского языка в Европе, его поддержанию и развитию за пределами России.

Очень часто русскоязычная пресса за рубежом носит универсально-эkleктичный информационный характер. Издания имеют тенденцию к тому, чтобы выступать как информационный микрокосмос, предоставляя сведения для читателей с самыми разными интересами: от политики, художественной литературы, научно-популярных статей и юридических советов (пожалуй, одна из самых востребованных тем в русскоязычной прессе) до кулинарных рецептов и медицинских консультаций. Эта особенность, в большей или меньшей степени выраженная во всех русскоязычных изданиях, позволяет заключить, что базовая социальная единица, которой они адресованы, – это семья, а не социальные группы, сформированные на основе профессиональных, имущественных или политических интересов. В качестве примеров



можно привести следующие газеты и журналы, выходящие в разных странах: американские журнал «Чайка» (www.seagullmag.com) и газета «Горизонт» (www.gorizont.com), австралийские журнал «Австралиада. Русская летопись» (www.australiada.org.au) и газета «Единение» (www.unification.net.au), ирландская «Наша газета» (www.russianireland.com), французский журнал «Русский очевидец» (www.rusoch.fr), китайская газета «Жэньминь Жибао» (russian.people.com.cn), информационно-аналитическая газета «Чехия сегодня» (www.czechtoday.cz) и др.

Многие исследователи задавались вопросом о том, какие функции выполняет русскоязычная пресса за пределами России. В частности, очень интересное исследование было проведено в Израиле¹. Согласно его результатам, русскоязычные СМИ в основном используются в трех качествах: как источник актуальной информации, как фактор социализации и как средство сохранения исходной культурной идентичности. Рассмотрим подробнее каждую из позиций.

Прежде всего, русскоязычная пресса становится источником сведений о том, что происходит в той стране, где она выпускается. Людям всегда важно получать свежую информацию о том, что случается вокруг них. Однако у тех, кто не владеет языком государства проживания, могут возникать языковые трудности при чтении местных газет. Поэтому они обращаются к русскоязычной прессе для получения дополнительной информации, пояснений и комментариев к выпускам новостей на другом языке.

Вторая функция СМИ на русском языке – выступать агентом социализации. Здесь важно проводить различие между изданиями, идеология которых построена на идее ассимиляции русскоязычной целевой аудитории, и теми, в которых поддерживается идея интеграции. Если ассимиляция означает растворение в социальной и культурной среде страны проживания, то интеграция – существование общностей с различными

культурными укладами. При этом интеграция может сочетаться с аккультурацией, т.е. с усвоением ряда культурных и социальных навыков, необходимых и достаточных для существования в новой среде обитания.

И, наконец, СМИ в качестве средства сохранения культурной идентичности. У читателей русскоязычных периодических изданий стремление лучше ориентироваться в актуальных событиях и желание познакомиться с культурой и историей страны проживания часто соседствуют с желанием сохранить «русскую составляющую» их культурной идентичности. Они полагают эту задачу более важной, чем освоение местной культуры. Это объясняет, почему чтение российских и русскоязычных газет и журналов является для большинства из них духовной потребностью или, как не сговариваясь определяют многие, – «пищей для души».

Помимо этого русскоязычные СМИ становятся для российских соотечественников средством поддержания постоянной связи с родиной, а также принимают непосредственное участие в формировании образа России в глазах мировой общественности. Интересно, что некоторые чиновники в разных странах постсоветского пространства признаются, что черпают информацию о внешнем мире именно из русскоязычной прессы. Русский язык при этом становится для них своеобразным «окном в мир», позволяющим влиться в процесс глобализации.

Роль русскоязычных СМИ в сохранении единого русскоязычного пространства за пределами России, конечно, велика, но их возможности не безграничны. Как это часто бывает, деятельность русскоязычных периодических изданий сопряжена с рядом трудностей.

Положение русскоязычной прессы и СМИ в целом в разных странах СНГ неодинаково. Эта разница чаще всего продиктована уровнем политических отношений конкретных стран с современной Россией. Кроме того, одной из главных проблем русскоязычных медиа является финансирование. Однако оставим эти вопросы на рассмотрение политиков и экономистов. Это проблемы внешне-го характера, но есть и внутренние.

¹ Элиас Н. Роль СМИ в культурной и социальной адаптации репатриантов из СНГ в Израиле // Диаспоры. 2006. № 4. С. 85–104.

По мнению представителей многих русскоязычных изданий, для прессы актуальна проблема профессионализма – нехватки высококвалифицированных журналистов, которую возможно решить совместно с российскими коллегами. Кроме того, у всех газет проблема с молодыми кадрами: молодежь не идет в прессу, что связано либо с материальными соображениями, либо с утратой должного владения русским языком.

Вопрос об уровне владения русским языком актуален не только для представителей СМИ, но и вообще для разных поколений соотечественников, проживающих за пределами России. Давно было установлено, что, например, представители первого поколения эмиграции, приехав на новое место жительства, прилагали все усилия для сохранения языка своей родины. Однако в отсутствие языковой среды складывалась ситуация, когда язык как бы консервировался: в нем сохранялись устаревшие формы, слова и т.д. В то же время среди молодого поколения носителей русского, проживающих за рубежом, складывалась другая ситуация – они с рождения оказывались подвержены влиянию иной культуры и иного языка, что сказывалось и на том, как они говорят. Вот и появлялись в американских русскоязычных газетах объявления типа «Сдаю тубедрумный апартамент» (речь в данном случае шла о сдаче в наем двухкомнатной квартиры). Понятно, что это написано по-русски, но не каждый русский сможет разобрать, что имеется в виду.

В связи со сказанным хотелось бы взглянуть на роль русскоязычных СМИ именно с позиции преподавателя РКИ. Русскоязычная пресса может иметь особое значение при обучении русскому языку.

Прежде всего русскоязычные СМИ могут использоваться как источник сведений о современном состоянии русского языка. Конечно же, особую роль в преподавании играют книги, однако в них по большей части отражается литературная норма языка. Что естественно и обоснованно. Однако представление о процессах, происходящих в языке непосредственно в данный момент, о его, если так можно выразиться, живом состоянии можно узнать как раз из периодической печати, причем именно той, что выпускается в России. Кроме того, книги обычно издаются «на века» и имеют тенденцию устаревать. Мы ни в коей мере не утверждаем, что в аудитории не стоит изучать язык А.С. Пушкина или Ф.М. Достоевского. Однако, согласитесь, если иностранец приедет в Россию и станет изъясняться выражениями, принятыми в XIX в., это будет выглядеть по меньшей мере странно.

Во-вторых, еще с середины XX в. русскоязычная пресса была источником страноведческой информации о России (тогда СССР). И тенденция эта до сих пор сохраняется. Можно долго спорить об объективности или необъективности представленной в ней информации, многие читатели не очень доверяют тому, что пишут в российских газетах, но против



факта, что эти сведения так или иначе вносят свой вклад в формирование образа (или как сейчас модно говорить – имиджа) России на мировой арене, высказаться сложно.

В-третьих, тексты периодической печати можно использовать и непосредственно на занятиях, например, по стилистике, поскольку они представляют собой наглядный пример газетно-публицистического стиля речи, или в качестве пособий по чтению, так как темы, которые в них затрагиваются (политические, общественные или даже культурные) часто носят полемический характер, интересны студентам и могут вызвать в аудитории интерес и потребность высказаться. Осознание того, что для чтения предлагается аутентичный, а не адаптированный текст также является средством мотивации учащихся.

Помимо этого, учитывая вопрос о стоимости российских книг и возможности их приобретения за пределами России, русскоязычная пресса как один из материалов, который может быть использован в ходе занятия, кажется более доступной. Особенно если помнить, что многие издания часто дублируют напечатанную информацию в сети Интернет.

В качестве примера приведем случаи из собственной практики. Во многих общепознавательных или даже женских журналах (например, в журнале «Лиза») часто печатают информацию о различных досто-

примечательностях России, которые могли бы быть интересны туристам. Подобные страницы содержат богатый иллюстративный и небольшой текстовый материалы (что обусловлено форматом издания). Для того чтобы разнообразить работу в аудитории, студентам можно предложить прочитать данные тексты (обычно они написаны простым языком) и, к примеру, представив, что они являются работниками туристических фирм, на их основе прорекламировать указанное место, либо провести дискуссию на тему «Будут ли эти монастырь / город / область популярны среди иностранных туристов?» с аргументацией своей точки зрения.

Здесь, однако, преподаватели могут столкнуться с «подводным камнем» – содержание газетного текста, особенно если в нем рассказывается не только о культурных реалиях, в наше динамично развивающееся время устаревают гораздо быстрее, чем произведения художественной литературы. Например, в начале 2000-х гг. на прилавках книжных магазинов появились пособия, основанные на газетно-публицистических текстах. В данных изданиях содержался неплохой методический аппарат – ряд заданий и вопросов, которые и сегодня не потеряли своей значимости. Однако на данный момент эти пособия безнадежно устарели именно в силу того, что использованные в них тексты

