

Исследователи и практики уже достаточно давно говорят о кризисе традиционных СМИ и необходимости поиска новых форм и методов работы в сфере массовой коммуникации. Среди прочих технологий именно менеджмент медиапроектов становится основным инструментом создания востребованных информационных продуктов и услуг, существенно расширяя подходы к менеджменту и маркетингу данной области деятельности [1]. Насущные потребности функционирования национальной системы СМИ требуют соответствующих изменений и в системе подготовки специалистов как на первой, так и на второй ступенях высшего образования, тем более, что подобная практика есть в дальнем и ближнем зарубежье [2]. На факультете журналистики БГУ разработан и преподается курс «Менеджмент веб-проектов», который может быть расширен и преобразован в «Менеджмент медиапроектов». Усиление составляющей менеджмента предусматривается и при подготовке дипломированных магистров.

Библиографические ссылки

1. Головкин, Б. Н. Информационный менеджмент массовой коммуникации / Б. Н. Головкин // Информационный менеджмент массовой коммуникации. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2005. – 128 с.
2. Сыченко, В. В. Программа дисциплины «Управление медиапроектами» / В. В. Сыченко // Управление медиапроектами: программа дисциплины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.hse.ru/data/2016/09/15/1117090551/program-718125247-moLhPK4WM_.pdf. – Дата доступа : 22.08.2018.

Михаил Дубовер

*Южный федеральный университет
(г. Ростов-на-Дону, Россия)*

**ПЕЧАТЬ ГЕРМАНИИ 1820–1830-х гг.
И ПРОБЛЕМА ОБРАЗА РОССИИ ЗА РУБЕЖОМ
В ОЦЕНКЕ ЖУРНАЛА «МОСКОВСКИЙ ТЕЛЕГРАФ»**

В последние годы все большую актуальность приобретает исследование образа России в зарубежных СМИ. В связи с этим представляется важным обращение к истокам зарождения в русской журналистике традиций изучения иностранной печати. Особый научный интерес в этом плане вызывает деятельность первого русского энциклопедического журнала «Московский телеграф», в котором впервые европейская журналистика стала не просто источником информации, а предметом специального анализа.

В начале 1820-х гг. в русском обществе происходит значительное усиление интереса к немецкой литературе, философии и эстетике, что определило особое место Германии в концепции «Московского телеграфа». Издатель Николай Полевой одной из задач своего журнала полагал интеграцию России в европейское культурное пространство, важнейшим же показателем культурного развития страны он считал журналистику. В «Московском телеграфе» не раз звучала мысль о том, что газеты и журналы могут сказать о состоянии просвещения страны не меньше, чем научные достижения. Одним из первых Н. А. Полевой в цикле обзоров проанализировал систему печати России и зарубежных стран, давая характеристики крупнейшим европейским газетам и журналам. Значительное внимание при этом уделялось немецкой печати, материалы о которой не только характеризуют отношение издателя и сотрудников журнала к Германии, но и дают богатый материал для изучения русско-немецких взаимосвязей в области журналистики.

Немецкие газеты и журналы привлекали внимание сотрудников журнала высоким уровнем материалов, аналитичностью, надежностью публикуемой информации. Энциклопедическое многообразие тем, затрагиваемых в немецких изданиях, позволяло Н. А. Полевому реализовывать просветительскую программу и сообщать читателям не только о жизни ведущих стран Европы, но и о менее известных в России государствах – Перу, Бразилии, Персии и других.

Важно отметить, что в данных материалах журналистика Германии еще не рассматривалась как самостоятельная область общественной жизни, а представлялась лишь как часть литературного процесса. Восприятие журналистики как одной из форм литературной деятельности определяло специфику большинства публикаций о немецкой печати: многие из них являлись частью ежегодных обзоров литературы, нередко характеристики крупнейших газет и журналов можно встретить в материалах о книжных ярмарках и литературных течениях Германии.

Первый обзор, посвященный непосредственно немецкой журналистике, «Московский телеграф» опубликовал в 1828 году. Н. Полевой предпринял попытку рассмотреть ведущие газеты и журналы Германии не изолированно друг от друга, а как определенную систему. Используя современную терминологию, можно утверждать, что издатель журнала фактически дал типологический анализ немецкой прессы, выделив наиболее значимые типы изданий, их направление, аудиторию, тиражи и формат. При анализе публикаций «Московского телеграфа» о немецкой печати обращает на себя внимание тот факт, что журнал практически не

рассматривал общественно-политическую прессу германских земель. Во многом это было связано с отношением к Германии в русском обществе того времени. Раздробленность немецких земель и отсутствие единого государства обусловило взгляд на Германию как на страну, находящуюся за пределами политической жизни Европы.

Стремясь способствовать вхождению отечественной культуры «в состав всемирных приобретений», Н. А. Полевой внимательно следил за появлением в зарубежной и, в частности, немецкой печати материалов о России. Так, в «Московском телеграфе» публиковались отзывы «Геттингенских ученых ведомостей» на переводы басен И. Крылова, статья немецкого критика Т. Мюльнера «Взгляд на русскую словесность», заметки о постановке пьес Шаховского на берлинской сцене и т. п. Для сотрудников журнала эти публикации были свидетельством интереса немцев к России, ее европейского признания. Вместе с тем издатель считал, что содержание ряда материалов немецких авторов нуждается в исправлении. Чаще всего в «Телеграфе» корректировались статистические данные о народонаселении, состоянии образования, тенденциях развития исторических наук в России и др.

В других случаях «Московский телеграф» не только корректировал данные немецких журналистов, но и оспаривал их точку зрения, что было продиктовано стремлением Н. А. Полевого к духовной независимости своего журнала. В 1825 г. Полевой с тревогой указывал на большое количество недостоверной информации о России в зарубежной печати. Одной из причин этого явления он называл незаинтересованность российских журналистов в предоставлении информации в европейские издания. Стремление к улучшению образа страны за рубежом во многом объясняет интерес сотрудников «Московского телеграфа» к публикациям в немецкой печати, которые были написаны авторами, хорошо знающими Россию. Это были как российские путешественники за рубежом, так и немцы, проживающие в России, но при этом сотрудничающие с периодическими изданиями Германии.

Журнал информировал читателей о появлении подобных материалов, знакомил читателей с деятельностью журналистов-посредников – А. фон Коцебу, А. Ольденкопа, А. И. Тургенева и др. Особое внимание «Московский телеграф» уделял деятельности преподавателя Благородного пансиона при Московском университете Н. Борхарда, который в 1820-е гг. публиковал в газетах «Morgenblatt für gebildete Stände», «Blätter für literarische Unterhaltung» и «Zeitung für die elegante Welt» материалы о России и русской литературе.

В 1828 г. в «Московском телеграфе» было опубликовано «Письмо редакторов «Morgenblatt für gebildete Stände», которое не только дает богатый материал для изучения русско-немецких связей в журналистике 1820-х гг., но и содержит в себе ряд важных деталей, показывающих русскому читателю специфику восприятия России немецкой печатью. «Московский телеграф» представлял это письмо как свидетельство успешных контактов русских и немецких журналистов. По замыслу издателя именно развитие журналистских связей России и ведущих европейских стран должно было стать основой для создания положительного образа России за рубежом. Одним из первых Николай Полевой высказал мнение о необходимости информационного сотрудничества между изданиями разных стран и о ведущей роли журналистики в формировании образа иностранного государства.

Наталля Зубчонак

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт (г. Мінск, Беларусь)

ФАКТАРЫ ФАРМІРАВАННЯ СІСТЭМЫ ПРЭСЫ БЕЛАРУСІ XVI–XIX стст.

Развіццё сродкаў масавай інфармацыі на адпаведных гістарычных этапах вызначае значная колькасць фактараў, у першую чаргу грамадска-палітычных і эканамічных. Дзяржаўным рэгуляваннем, якое прадугледжвае шэраг адміністрацыйных, палітычных і эканамічных мерапрыемстваў, забяспечваецца праграма дзейнасці выданняў па інфармаванні грамадства.

Фарміраванне сістэмы прэсы Беларусі ў розныя перыяды вызначалі акалічнасці сацыяльна-эканамічнага парадку, абумоўленыя найперш адсутнасцю нацыянальнага дзяржаўнага ўладкавання. Па аб'ектыўных прычынах беларускі друк да пачатку XX ст. можна разглядаць толькі ў якасці састаўной часткі іншых сістэм [1]. Тым не менш, нават ва ўмовах паланізацыі, а затым і русіфікацыі Паўночна-Заходняга краю, прэса фарміравала і развівала ўласную нацыянальную стратэгію.

Фундаментальнай асновай беларускага друку стала выдавецка-асветніцкая дзейнасць Ф. Скарыны і яго паслядоўнікаў. Беларуская друкаваная кніга XVI і наступных стагоддзяў, адрацкая прадстаўніца народа, адпавядала найлепшым сусветным традыцыям, распаўсюджвала ідэі гуманізму і асветніцтва, садзейнічала развіццю нацыянальнай мовы, адукацыі, палітычнай культуры насельніцтва. Папулярызацыя навукі