

педиях» Гюнтера Вальрафа. «Реальность, – по мнению журналиста, – во многих случаях побеждает воображение. А иногда и сатиру» [7]. В Германии творчество Гюнтера Вальрафа ценят и уважают. С 2015 года по инициативе неправительственной медиакритической организации «Die Initiative Nachrichtenaufklärung e.V.» в рамках ежегодного Кельнского форума журналистской критики была учреждена премия Гюнтера Вальрафа за журналистскую критику и исследовательскую деятельность.

Библиографические ссылки

1. Борец с расизмом шокировал немцев фильмом «Черным по белому» // Вести.Ru [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=348471>
2. Вальраф Г. Репортер обвиняет: Пер. с нем. / Сост. М.Г. Федоров; Предисл. М.В. Зоркой; Комментар. Н.А. Кайтмазовой. М.: Прогресс, 1988. 400 с.
3. Вальраф Г. Нежелательные репортажи: Сборник / Пер. с нем.; Составл. и предисл. В. Стеженского. М.: «Радуга», 1982. 296 с.
4. Ein angemalter Weißer ist kein Schwarzer // Tages Schau [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tagesschau.de/inland/rassismusinterview100.html>
5. «Ganz unten», полнометражный документальный фильм
6. Kreye A. Ein Mann will gehasst werden // Süddeutsche Zeitung [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/guenter-wallraff-schwarz-auf-weiss-ein-mann-will-gehasst-werden-1.129914>
7. Reportagen aus einem reichen, armen Land // Deutsche Welle [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dw.com/de/reportagen-aus-einem-reichen-armen-land/a-4789611-1>
8. «Schwarz auf Weiß», полнометражный документальный фильм
9. Wallraff ,G. Aus der schönen neuen Welt. Expeditionen ins Landesinnere. Verlan Kiepenheuer & Witsch. Köhln. 2009.

Ольга КАСПЕРОВИЧ-РЫНКЕВИЧ

*Белорусский государственный университет,
Минск, Беларусь*

КОНТЕНТ INSTAGRAM-АККАУНТОВ И YOUTUBE-КАНАЛОВ ТАМОЖЕННЫХ СЛУЖБ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС

Приводится краткая характеристика деятельности Евразийского экономического союза от вступления в силу Договора о ЕАЭС до настоящего времени. Оценивается представленность таможенных служб государств-членов ЕАЭС (Беларуси, России, Казахстана, Армении и Киргизии) в социальных медиа. Анализируется контент Instagram-аккаунтов и YouTube-каналов, выделяются их преимущества и недостатки.

Ключевые слова: контент; ЕАЭС; СМИ; социальные медиа; таможенные органы; формат; Instagram; YouTube.

The article provides a brief description of the activities of the Eurasian Economic Union since coming into effect of the EAEC Treaty till present. The paper evaluates the presence of the EAEC customs (Belarus, Russia, Kazakhstan, Armenia and Kyrgyzstan) in social media. The author analyzes the content of Instagram accounts and YouTube channels, distinguishes their advantages and disadvantages.

Key words: content; the EAEC; mass media; social media; customs; format; Instagram; YouTube.

Евразийский экономический союз (далее ЕАЭС) существует пятый год. За это время состав союза расширился до пяти государств-членов: Республика Беларусь, Российская Федерация, Республика Казахстан, Кыргызская Республика и Республика Армения, а 1 января 2018 г. вступил в силу Таможенный кодекс ЕАЭС, регулирующий отношения по перемещению товаров через таможенную границу ЕАЭС. Как сообщали российские и белорусские информационные агентства, ЕАЭС создавался для укрепления экономик государств-членов и сближения друг с другом, для модернизации и повышения конкурентоспособности стран на мировом рынке [2, с. 127]. На данном этапе ЕАЭС «обеспечивается свобода движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, а также проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики» [1].

Деятельность ЕАЭС напрямую зависит от функционирования таможенных органов государств-членов. Среди основных задач таможенных служб – обеспечение в пределах своей компетенции экономической безопасности стран, защита экономических интересов своего государства, предотвращение таможенных преступлений и нарушений таможенных норм. Выполнение задач и функций для таможенной службы часто и вполне оправданно становится предметом обсуждения в СМИ. С приходом эры интернета медиатизация коснулась и общества, и многих государственных структур. Почти все таможенные службы государств-членов ЕАЭС имеют свои представительства в социальных сетях, однако наибольший интерес в данном исследовании для нас представляют Instagram-аккаунты и YouTube-каналы, поскольку они позволяют использовать сюжетные медиаформаты: фото и видео.

Руководствуясь ссылками на официальные сайты таможенных служб государств-членов ЕАЭС на сайте Евразийской экономической комиссии, мы проанализировали контент аккаунтов данных таможенных служб в Instagram и YouTube. В итоге по количеству подписчиков в

анализируемых социальных сетях лидирует Федеральная таможенная служба Российской Федерации (ФТС), ссылки на аккаунты таможенной службы Кыргызстана в открытых источниках найти не удалось.

Instagram-аккаунты. В Instagram сравнивались аккаунты белорусских и российских таможенных структур. Особенностью постов таможенных органов Беларуси является дублирование текста на русском и английском языках, что позволяет охватить широкую аудиторию подписчиков из разных стран. По сравнению с результатами, полученными нами в 2018 г. [3], аккаунт ГТК стал более «живым» и интересным. Посты с пресс-конференций, собраний, коллегий менее официальные и легкодоступны для восприятия общественностью, не занятой в таможенных структурах. Есть рубрика «Спрашивали? Отвечаем!», где в вопросно-ответной форме представлены разъяснения о перемещении товаров через таможенную границу ЕАЭС. Сообщается также об уникальных предметах, которые находятся на экспертизе в таможенной лаборатории, краткие посты о спортивной жизни системы, размещаются поздравления с профессиональным праздником как таможенных органов, так и коллег иных структур. Привлекают подписчиков посты о кинологической службе таможенных органов, которые стабильно набирают около 300 лайков каждый.

В Instagram-аккаунте ФТС довольно часто встречаются посты с фотографией должностных лиц разных таможен с подписью «Доброго утра и продуктивной недели вам желает...», «Хороших выходных вам желает...» с указанием должности, имени и фамилии сотрудника. Таким образом общественность имеет возможностьзнакомиться с инспекторами таможенной службы России, которых есть вероятность встретить на границе. Привлекают внимание также фото культурных ценностей, которые российские таможенники передают на постоянное хранение в Государственный исторический музей. В целом аккаунт ФТС отражает исторические моменты и современные трудовые будни российских таможенников.

YouTube-каналы. В YouTube были проанализированы каналы таможенных органов Беларуси, России, Казахстана и Армении. Белорусские таможенные органы на своем канале размещают видео аэросъемки пунктов пропуска, оперативную съемку при пресечении перемещения запрещенных для ввоза на территорию ЕАЭС веществ, сюжеты белорусских телеканалов о деятельности таможенных органов. Российские коллеги ограничились в основном сюжетами российских телеканалов. Таможенные органы Казахстана, помимо телевизионных сюжетов национальных каналов, ведут прямые трансляции с собственных пресс-конференций, видео о специфике работы таможенных органов.

YouTube-канал таможенной службы Армении наполняется телевизионными сюжетами и специализированными программами, в которых представлена специфика работы таможенной структуры.

Проведенный анализ Instagram-аккаунтов и YouTube-каналов таможенных служб государств-членов Евразийского экономического союза позволяет утверждать, что все государства-члены ЕАЭС медиатизированы и присутствуют в социальных медиа. Instagram-аккаунты таможенных органов Беларуси и России знакомят своих подписчиков с сотрудниками структур, доступно рассказывают о своих преимуществах и достижениях. Таможенные органы Беларуси на своем YouTube-канале единственные из респондентов используют видео, подготовленные в популярном формате аэросъемки. Разговор между таможенной системой и общественностью в социальных медиа основывается на доверительном отношении и положительно отражается на имидже структуры.

Библиографические ссылки

1. Евразийский экономический союз [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eaeunion.org/#about> (дата обращения: 09.01.2019).

2. Касперович О. СМИ о создании Евразийского экономического союза // Международная журналистика-2015: Формирование информационного пространства от Владивостока до Лиссабона и медиа : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19 февр. 2015 г. / сост. Б.Л. Залеский; под общ. ред. Т.Н. Дасаевой. Минск: Изд. Центр БГУ, 2015. С. 127–130.

3. Касперович-Рынкевич О. Коммуникация служб по связям с общественностью силовых структур Беларуси в социальных медиа // Корпоративные стратегические коммуникации: новые тренды в профессиональной деятельности : материалы Второй Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 22–23 февр. 2018 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: И. В. Сидорская (отв. ред.) [и др.]. Минск : БГУ, 2018. С. 197–200.

Марьяна КИЦА

*Национальный университет «Львовская политехника»,
Львов, Украина*

ТРАДИЦИОННЫЕ И НОВЫЕ ВИДЫ РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННЫХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

В статье проанализированы теоретические и практические особенности рекламы в современных интернет-СМИ. Рассмотрены такие ресурсы для продвижения рекламы, как Messenger или Snapchat, где индивиды обмениваются информацией друг с другом, и бренд или продукт входит в этот «разговор» только