

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(НИУ «БелГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ

**МЕДИАОБРАЗ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ И СРЕД-
СТВА ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ В РОССИЙСКИХ, ДОНЕЦКИХ И
УКРАИНСКИХ СМИ**

**Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 42.03.02. Журналистика
очной формы обучения, группы 86001403
Кононенко Александры Александровны**

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент кафедры журналистики
Ушакова С.В

БЕЛГОРОД 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. Понятие «медиаобраз» как содержательная единица контента СМИ.....	8
1.1. Проблема объема понятия «медиаобраз» и его структуры	8
1.2. Средства формирования медиаобраза территории с точки зрения медиалингвистики.....	15
1.3. Роль СМИ в создании медиаобраза территории как коммуникативной стратегии	20
Выводы к главе I.....	26
ГЛАВА II. Репрезентация медиаобраза Донецкой Народной Республики в российских, украинских и донецких СМИ.....	27
2.1. Типологическая характеристика изданий.....	27
2.2. Формирование медиаобраза Донецкой Народной Республики в общественно-политическом журнале «Русский репортер».....	33
2.3. Особенности формирования медиаобраза Донецкой Народной Республики в общественно-политическом издании «Газета. Ru».....	43
2.4. Медийный образ в общественно-политическом издании «Новая газета».....	55
2.5. Специфика конструирования медиаобраза Донецкой Народной республики в украинском интернет-издании «Апостроф».....	57
2.6. Медиаобраз ДНР в украинском интернет-издании «Украинская правда»	72
2.7. Репрезентация медийного образа ДНР на примере донецкой газеты «Донецкое время»	77
Выводы к главе II.....	87
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	89
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	92
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ.....	99
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	106

ВВЕДЕНИЕ

Глобальные политические и общественные изменения конца XX – начала XXI вв. привели к кардинальной трансформации ролей различных государств (независимо от их географического масштаба) на мировой арене. Медиарепрезентация военных конфликтов и внешнеполитических обострений, а также внешней и внутренней политики разных стран заметно усилилось, так же как и полярное освещение событий различными СМИ (в том числе и в формате информационных войн). Вследствие этих и других причин многие специалисты, исследователи и журналисты заявляют об открытой мировой информационной войне, которая с течением времени ужесточается в отдельно взятых странах по различным причинам.

Особенно актуальным в контексте усиливающегося политического разделения принципиальных позиций относительно глобальных проблем стал вопрос формирования образа государства в современных СМИ. Усиление влияния масс-медиа на все жизненное пространство отразилось на том, что между собственно социальным миром и его образом как в сознании индивида, так и в сознании общества сегодня есть еще одно информационное образование: образ социального мира, формируемый системой СМИ, – медиаобраз.

Образ государства или какой-либо территории, региона оказывает влияние на развитие международных отношений, на успешность экономической и политической деятельности, а также отражает социально-культурный потенциал страны.

В сознании аудитории формируется медиаобраз той или иной территории индивидуально – на основе его картины мира, знаний, опыта, которыми он владеет и др. Современные медиа играют значительную роль в формировании и трансформации общественного сознания, поэтому, оказывают влияние на формирование медиаобраза государства.

В работе над медиаобразом неизбежно возникает вопрос о журналистской задаче и конструктивности подачи информации под тем или иным уг-

лом зрения, а также о роли различных комментариев и систем аргументации. Немаловажную роль играет и исторический контекст как базис для формирования или реформирования медиаобраза государства. Здесь можно выделить два направления: базис как результат долгого вклада страны в мировое наследие и базис как следствие политических, культурных, экономических взаимоотношений с тем или иным рассматриваемым государством.

Международный опыт говорит о том, что наличие богатого культурного и природного потенциала позволяет странам, которые, возможно, и не относятся к числу наиболее экономически развитых, занимать серьезные позиции в плане формирования позитивного образа при обязательном условии проведения активной положительной государственной политики.

Донецкая Народная Республика – это часть территории Донецкой области Украины, население которой провозгласило государственную независимость. Боевые действия, которые проходят на территории ДНР, оказали двойное воздействие на аттрактивность Донбасса, с одной стороны во время войны было разрушено и повреждено много объектов инфраструктуры, а с другой стороны наблюдается реальная стойкость духа жителей, защищающих свой выбор. Это сделало Донецкую Народную республику известной и обсуждаемой во всем мире, пробудило живой интерес к региону, что подчеркивает его позитивный медиобраз. Но есть и трагический перечень аттрактивных объектов, например: Саур-Могила, донецкий аэропорт, Дебальцево, Иловайск, Авдеевка.

Отношение к ДНР не может быть однозначным и во многом зависит от точки зрения внешнего наблюдателя, в соответствии с этим рассматривается ДНР можно рассматривать как оплот сепаратистов, как бессмысленную политическую авантюру, как зону присутствия России и реализацию ею своих интересов, а также как символ мужества и оправданного протеста. Процесс формирования нового медиаобраза был мучительным и трагическим, и та информационная война, которая велась и продолжает вестись против молодой республики, обуславливает необходимость адекватной, объективной и

своевременной реакции со стороны средств массовой информации и ответственности не только региона, но и других стран тоже.

Актуальность темы заключается в потребности системного осмысления информационных процессов, которые направлены на создание образов Донецкой Народной Республики, выявление эффективности современных способов формирования медиаобраза территории посредством СМИ.

Научная новизна исследования. Научно-исследовательская работа является одним из новых открытий в современной журналистской науке – изучение теоретических проблем медиаобраза и практической творческой деятельности в данной области журналистики.

Объект исследования – медиаобраз территории, государства в средствах массовой информации.

Предметом исследования является медиаобраз Донецкой Народной Республики в российских, украинских и донецких СМИ.

Цель исследования – сравнительная характеристика особенностей формирования медиаобраза территории российскими, украинскими и донецкими СМИ.

Достижение указанной цели требует решения **следующих задач:**

- охарактеризовать содержание и функции понятия «медиаобраз» в контексте современной теории журналистики;
- обосновать значимость изучения медиаобраза как структурно-содержательного элемента современных СМИ;
- определить тематические группы языковых репрезентантов медиаобраза Донецкой Народной Республики, выявить специфику медиаобраза ДНР в российских, украинских СМИ и в изданиях ДНР;
- провести анализ публикаций в российских, украинских и донецких СМИ и интерпретировать создаваемый ими образ ДНР через исследование содержательных, жанровых и стилистических особенностей.

Эмпирической базой работы стали медиатексты, освещающие различные стороны ситуации, связанной с Донецкой Народной Республикой. Основными источниками стали наиболее репрезентативные издания: общественно-политическое издание «Газета.Ru», общественно-политический журнал «Русский репортер» (Россия), общественно-политическое интернет-издание «Апостроф», интернет-издание «Украинская правда» (Украина), газета «Донецкое время» (ДНР). Рассмотрено 360 медиатекстов из перечисленных изданий - по 60 медиатекстов из каждого.

Теоретико-методологические основания исследования. Теоретическая часть научной работы базируется на изучении научных работ по теории журналистики и включает:

- исследования российских авторов - теоретиков журналистики и международных массовых коммуникаций: А. П. Короченского, В. В. Барабаша, Г.С. Мельник, Л. Ф. Ильичева, Е.П. Прохорова;
- научные работы в области медиалингвистики: Е. Н. Батуриной, М.Ю. Казак, Т. Г. Добросклонской, О. В. Красовской;
- публикации, по теории имиджетворчества: Э. А. Галумова, Г. Г. Почепцова, И. Ю. Саяпиной;
- труды исследователей феномена медийного воздействия на массовое сознание и поведение граждан: Д. Рашкоффа, У. Липпмана, Д. В. Просянюк;

Методология работы включает в себя метод сплошной выборки, систематизации и классификации текстов, описательный и сопоставительный методы. Основным методом исследования в данной работе является описательный, которые включает в себя разные аспекты интерпретации эмпирического материала.

Теоретическое значение определено первичным описанием такого понятия, как «медиаобраз Донецкой Народной Республики», содержанием и его местом в системе представлений об образе территории как компоненте общественного сознания, способствующего сплочению ее населения. Ме-

диаобраз ДНР может иметь важное значение в преодолении или обострении разобщенности граждан, которая возникла вследствие вооруженного конфликта на юго-востоке Украины.

Практическое значение научной работы заключается в использовании ее результатов в дальнейших исследованиях, а также в учебном процессе.

Структура работы состоит из Введения, основной части, состоящей из двух Глав, Заключения, Библиографического списка использованной литературы (включая интернет – ресурсы) и Приложения.

Апробация. Отдельные вопросы и результаты выпускной квалификационной работы были внесены в научную работу «Медиаобраз территории как составляющая политического дискурса», опубликованную в сборнике «Журналистика, массовые коммуникации медиа: взгляд молодых исследователей» НИРС, 2018.

ГЛАВА I. ПОНЯТИЕ «МЕДИАОБРАЗ» КАК СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ЕДИНИЦА КОНТЕНТА СМИ

1.1 Проблема объема понятия «медиаобраз» и его структуры

На сегодняшний день точного определения «медиаобраз» не имеется как и его четких характеристик. Изучая данный вопрос, исследователи часто прибегают к интуитивному восприятию его смысла без точного научного толкования. В автореферате диссертации «Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики» Е.Н. Богдан отмечает: «В журналистской практике для обозначения образа России, создаваемого СМИ, используется понятие «медиаобраз». Тем не менее, терминологически оно не осознано, как не осознан в теоретическом плане и круг связанных с ним проблем» [Богдан, 2017, с.35].

Есть два принципиальных аспекта, которые связаны с медиаобразом. Первый включает в себя эффективный анализ актуальных социокультурных явлений, который в конечном счете становится невозможным вне ракурса медиаобраза. Во втором аспекте теоретическая трудность заключается в формализации этого феномена в силу сложности его содержания и зависимости от специфики создания и восприятия (автор- адресат).

Т.Н. Галинская в работе «Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике» рассматривает понятие «медиаобраз» в широком и узком значении. В узком смысле «медиаобраз» - это фрагменты реальности, изложенные в текстах профессиональных журналистов, отражающих их мировоззрение, ценностные ориентации, политические предпочтения; в широком же значении «медиаобраз» выступает как образ реальности, конструируемый во всех текстах, созданных в медиaprостранстве. Если в узком значении «медиаобраз» создается в процессе специального конструирования фрагментов реальности журналистом, то в широком значении «медиаобраз» предполагает спонтанное и хаотичное созидание реальности в рамках двустороннего процесса интернет-общения между продуцентом медиатекста и его реципиентами [Галинская, 2013].

С одной стороны, медиаобраз выступает как одна из форм существования массового сознания в медиакommunikации. В этом смысле значение общественного мнения в общепринятом понимании как «своеобразного способа существования и проявления массового сознания, с помощью которого выражается духовное и духовно-практическое отношение людей к актуальным фактам, событиям, явлениям и процессам реальности» [Белоусов, Зелянская, 2011, с. 107-110].

Значительный интерес представляет расширенное определение понятия «медиаобраз», представленное Д.О. Смирновым в презентации опыта практической работы лаборатории медиапсихологии: «Медиаобраз — сложное полисистемное психологическое образование, представляющее собой результат взаимодействия мира автора и мира реципиента посредством медиаобъекта. С одной стороны, это результат воплощения личностных смыслов автора в индивидуальном мире реципиента посредством культурных значений, закодированных в символах медиа-объекта. С другой стороны, это результат актуализации личностных смыслов реципиента вследствие контактирования с символами медиаобъекта» [Смирнов, 2013].

Одним из наиболее значимых конструкторов, передающий актуальные и востребованные обществом факты и смыслы, является сегодня медиаобраз страны, территории. Эта востребованность определяется глобализацией и усложнением социально-политической жизни и значительно большей степенью вовлеченности общества в политические процессы. Тот или иной характер медиаобраза может достаточно быстро закрепиться в массовом сознании, предопределяя тем самым, те или иные реакции на политические события. Безусловно, медиаобраз может использоваться как инструмент манипуляционных технологий.

«Образ» страны и его элементы довольно часто становятся предметом исследований отечественных ученых. Так, И. С. Семененко считает, что образ страны - это некая знаковая модель, «опосредующая представления о национально-государственной общности и ее членах через доступные обы-

денному сознанию понятия и суждения» [Семененко, 2016]. О политическом имидже как целенаправленно создаваемом образе говорит известный отечественный исследователь О. Феофанов, с его точки зрения, именно образ наделяет политический объект (личность, организацию, страну) дополнительными социальными и политическими ценностями, что способствует более эмоциональному его восприятию [Феофанов, 2016]. По утверждению российского ученого Т. Э. Гринберг, одна из целей формирования имиджа - «максимально близко "подвести" представления индивида или группы индивидов к образу идеальному (с точки зрения этого индивида или группы индивидов) и соответствующему коммуникативным задачам субъекта» [Гринберг, 2016].

М.Ю. Казак, говоря об использовании понятия «медиаобраз», обращает внимание на его смысловое наполнение, явно стремящиеся к обобщённости, глобальности, суммарности «представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ» [Казак, 2016].

Суть понятия политического медиаобраза раскрывает и Э. А. Галумов, говоря о комплексе взаимосвязанных между собой характеристик государственной системы (экономических, географических, национальных, культурных, демографических и т. д.), которые сформировались в процессе эволюционного развития государства как сложной многофакторной подсистемы мирового устройства. По мнению ученого, репутация государства в сознании мировой общественности зависит от эффективности взаимодействия этих характеристик, влияющих на тенденции социально-экономических, общественно-политических, национально-конфессиональных и иных процессов в стране [Галумов, 2016].

Каждое явление, процесс, возникающий в медиaprостранстве, имеет свои признаки. В исследовании «Особенности воздействия медиаобраза на аудиторию глянцевого журналов» Т.В. Сезонова и В.В. Барабаша выделяется следующий ряд признаков, характеризующие медиаобраз:

- стереотипность: медиаобраз представляется благодаря СМИ в склонном к стереотипизации массовом сознании адресата, готовом к образному анализу и упрощенной форме восприятия мифов и символов;
- утрированность: возведение наиболее характерных черт объекта, представленных медиаобразом, в максимальную степень;
- кратковременность: медиаобраз имеет временной отрезок, обусловленный социальными, экономическими и политическими факторами, а также узнаваемость и востребованностью объекта отображения;
- двойственность и эмоциональность; [Барабаш, Сезонов, 2015]

В медиаобразе выделяют три аспекта проявления и существования. Первый заключается в существовании мира, видимого и интерпретируемого, создаваемого автором. Второй аспект - окружающая действительность как текст, существующий на газетной полосе, телеэкране, в радиоэфире в чистом, «формальном» виде — в дискурсе, в наборе знаков. В третьем аспекте медиаобраз – это увиденный в нем мир, который воспринимается и оценивается получателем в зависимости от его интеллектуальных, психологических, идеологических и возрастных особенностей.

Не стоит забывать и о функциях, которые выполняет медиаобраз, Буянова Н.В. и Ягуфаров Р.А. выделяет функцию индикатора и манипулятивности [Буянова, 2017, с. 324-327]. Первая, по утверждению Т. Н. Галинской, позволяет медиаобразу в качестве индикатора определить степень медиатекстов на адресата со стороны явления. Наличие такой функции обусловлено тем, что сегодня социальные сети являются площадкой, где помимо размещения информации еще есть отклики со стороны получателей. В результате анализа оценочные комментарии аудитории в различных интернет-медиа можно создать коллективный образ-представление о конкретном явлении [Галинская, 2013].

Функция манипулятивности, свою очередь, уже давно обособляется такими учеными как С.А. Зелинский, Г. Грачев и И. Мельник, Т.В. Сезонов, К.В. Никитина. Суть этой функции заключается в возникновении смыслов,

образов, идеологизированных конструктов, которые репрезентируются читателям как медиапродукт. Визуально-эмоциональный характер медиаобразов производит эффект подлинной реальности. Насаждая в сознание аудитории медиаобразы, СМИ становятся инструментом манипуляции общественным сознанием, который корректирует нравственные и ценностные ориентиры общества.

В своей научной работе мы не используем понятия «имидж» и «образ» как синонимичные и соглашаемся со мнением О.Л. Шевцова, который утверждает: «Можно констатировать наличие между понятиями образа и имиджа некоторой семантической дистанции. Имидж в силу своей природы носит искусственный характер ввиду преднамеренности, целенаправленности его создания, образ же образуется и изменяется во многом спонтанно в результате познавательной деятельности познающего субъекта» [Шевцов, 2011, с. 17-18].

Однако, теоретически этот вопрос остается нерешенным и многие исследователи не разграничивают данные определения. Так, например, Г. Г. Почепцов считает основными составляющими медиаобраза – «имидж» и «образ». Если рассматривать понятие «медиаобраз» в психологическом аспекте, оно трактуется по-разному, например как «целостное видение конкретного социального объекта, построенное на основе его стереотипизированного восприятия, эмоционально окрашенный схематизированный образ этого объекта, представленный в сознании его социального окружения [Почепцов, 2001]. Чаще всего термин «имидж» используется в ситуации, когда речь идет о конкретной личности.

Например, в социологической науке «имидж» - это целостный, качественно определенный образ данного объекта, устойчиво живущий и воспроизводящийся в массовом и/или индивидуальном сознании имидж возникает и корректируется в результате восприятия и сопутствующего профильтровывания поступающей из внешней среды информации о данном объекте сквозь сеть действующих стереотипов» [Кормишина, 2011].

Георгий Почепцов в своей работе «Профессия имиджмейкер» выделяет шесть типов имиджа: зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный, множественный, отрицательный, создаваемый оппонентом, соперником, врагом, то есть вариант сознательно конструируемый, а не возникающий спонтанно. При создании отрицательного имиджа появляется проблема его адекватного спаривания [Почепцов, 2001].

Если говорить об «образе» как еще одной составляющей медиаобраза, то с помощью субъективный оттенка образ выступает совершенно особым проявлением сущности того объекта, который он презентует. Под понятием «образ» как психологического термина подразумевается субъективная картина мира или его фрагментов, состоящая из самого субъекта, других людей, пространственного окружения и временной последовательности событий [Краткий психологический словарь, 1985, с.431]. Наиболее распространенной (даже когда авторы избегали концептуализации) оказалась позиция, согласно которой образ страны - это наиболее общая категория, которая охватывает весь объем представлений о стране - от философского анализа до прикладных исследований. Имидж страны в данном случае является более узким понятием и означает образ, на который пытаются воздействовать с целью изменения. Если медиаобраз произвольно возникает и функционирует в массовом сознании, то имидж целенаправленно конструируется и внедряется в сознание целевой аудитории [Гравер, 2012]

Другая точка зрения на составляющие медиаобраза государства описана в работе Э. Галумова, который разделяет элементы на две группы: условно статичные и условно динамичные.

К первой группе относятся геополитические факторы (географическое положение, площадь занимаемой территории, природно-ресурсный потенциал), национально-культурное наследие, исторический процесс, происходящий на определенной территории, а также основная форма государственного устройства и структура управления.

Основными аспектами второй группы являются социологический, включающий в себя социально-психологические настроения и морально-нравственные принципы общества, институциональный и экономический аспект (устойчивая экономика, правовое пространство страны и соответствие ее правовых норм международным требованиям; функции, полномочия и механизмы государственного регулирования различных областей и сфер деятельности в государстве) [Галумов, 2016].

Е. Джанджугазова рассматривает медиаобраз как индивидуальный комплекс ассоциативных представлений, стержнем которого является базовое представление, соотносимое индивидом со страной. Говоря о компонентах медиаобраза, помимо географического, культурного и исторического (как у Галумова), выделяет этнический, представляющий собой население.

В структуре медиаобраза страны, территории выделяют:

1. персональный образ государственных деятелей и образ публичной дипломатии;
2. политический медиаобраз;
3. инвестиционная привлекательность;
4. медиаобраз различных сфер жизни территории – общественной, культурной, промышленной, религиозной и др.;
5. туристический медиаобраз государства как определенную общность, отличающуюся от остальных [Джанджугазова, 2006].

Новую сторону раскрытия медиаобраза страны нашли И. Рожков и В. Кисмерешкин. Они сравнили построение образа государства с понятиями «единого стратегического дизайна» бренда и «платформы бренда». По мнению исследователей, медиаобраз страны имеет цели и задачи, аналогичные тем, которые применяются при создании бренда.

Концепция «единого стратегического дизайна» заключается в соотношении элемента с центральным конструктором:

- обеспечение связей между отдельными фрагментами посланий к целевой аудитории;

- соединение фрагментов обращений в цельный, четко воспринимаемый информационно-коммуникационный поток;
- обеспечение действенности этих обращений с учетом различия в восприятии информации разными представителями целевой группы;
- обратная связь и использование фактора эмоционального воздействия;
- обеспечение позитивной, соответствующей ожиданиям и устремлениям целевой аудитории ее реакции на получаемую информацию [Рожков, Кисмерешкин, 2006].

Ожидания и установки общества того или иного государства, территории влияют на восприятие медиаобраза, поэтому для лучшего понимания особенностей восприятия образа необходимо изучить установки массового сознания. От того, как на тот или иной образ реагируют различные слои населения, будет зависеть успех пропагандируемого медиаобраза.

1.2. Средства формирования медиаобраза территории (медиалингвистический аспект)

Г.С. Мельник, изучая конструирование «образа», считает, что: «Филологическая сторона изучения способов «конструирования» образа зачастую сводится лишь к анализу языковых средств с точки зрения их экспрессивно-выразительного потенциала без учета общественно-политической ситуации, хотя сегодня в журналистике следует говорить о манипулятивном характере отбора фактов и преобразовании информации для внедрения нужных идей, образов и мнений» [Мельник, 1996]. Это связано с тем, что, «начиная с 50-х годов опыт языка образов, накопленный в рекламной практике, стал использоваться в политической пропаганде, в частности в выборных кампаниях» [Мельник, 1996]. Эффект «установления информационной повестки дня» также, можно отнести к приему манипуляции сознанием аудитории СМИ.

Изучение медиатекстов является основой для представления о том, как происходит формирование медийного образа с помощью текстов СМИ. Медиатекст сочетает медийный и вербальный текст, где сочетаются личностные языковые вкусы, интересы и возможности издания, телевизионного канала или радиостанции.

Одним из смыслообразующих элементов медиатекста являются ключевые слова. Е.Н. Батурина определяет ключевые слова как «лексико - семантические элементы художественного текста, неоднократно повторяющиеся в его пределах, обеспечивающие его семантическую связность и целостность, обладающие особой смысловой и концептуальной значимостью, являющиеся фиксаторами наиболее важной для реципиента информации, необходимой для построения им интерпретации смысла и адекватного понимания замысла» [Батурина, 2005, с. 22].

С образом, создаваемым в СМИ, связана категория оценочности. Оценочность как лингвистическая категория проявляется в наборе языковых средств, которые способствуют формированию образа в целом. Языковые средства имеют воздействующий потенциал на читателя, когда журналист использует их с целью формирования какого-то образа/символа.

Согласно этим подходам можно выделить структурные элементы анализа с точки зрения использования вербальных средств, влияющие на формирование на формирование медийного образа территории, страны:

- постоянный повтор фактов, событий;
- акцентирование внимания на ключевых словах;
- броские заголовки;
- эмоциональная окраска текстов;
- использование стереотипов и мифов, повторяющихся образов;
- изображение образа государственной власти в исследуемых СМИ;
- отсылка к авторитетному лицу, цитаты;

- отсылки к масштабности, значимости на всероссийском уровне;

При анализе медиаобраза важно выделить не только различные средства выразительности, но и сами тексты. Изучение фрагментов текстов в целом способствует пониманию замысла автора, что позволит более полно изучить формирующийся медиаобраз. Важно проследить оценочный и манипулятивный компонент, который содержится в суждениях и высказываниях.

В работе М.Ю. Казак «О типах медиаобразов в журналистских текстах: вектор развития» инструментарием лингвистического подхода являются мини-образы, или словесные образы, заложенные в языковых и речевых формах. Для журналистских информационных и аналитических жанров более типичны словесные образы, образы-детали, вынесенные в сильные позиции текста и/или рассыпанные в текстовой ткани (тропы и фигуры, метафоры и метонимия, эпитеты и образные перифразы, сравнения и идиомы, экспрессивный синтаксис, повторы, вопросно-ответное конструирование текста, намеренное нарушение языковой нормы, свежесть новообразований и мн. др.) [Казак, 2016].

Убедительным представляется суждение Т.Г. Добросклонской, считающая, что «роль СМИ как каналов активного языкового взаимодействия проявляется также в использовании и распространении определенных информационно-вещательных стилей». Этим она объясняет и развитие медиакритики, одним из направлений исследования которой является изучение процесса восприятия медийных произведений, «в ходе которого у аудитории формируется обобщенный образ действительности», призванные выявить как механизм формирования и возможные интерпретации, так и последствия медийного события [Добросклонская, 2008].

В ситуации информационной войны медиалингвистика проявляет себя сверхактивно, прежде всего это касается лексических, семантических и словообразовательных нововведений. Интенсивное функционирование языка связано с выполняемыми им функциями таких как воздействующая, мобили-

зационная, манипулятивная, оружейная. В соответствии с этим лингвисты уделяют внимание изучению используемых в военно-информационном противостоянии различных средств речевого воздействия и стратегий речевого поведения оппонентов.

Информационная война в коммуникативном аспекте – это конфликтное речевое взаимодействие, основанное на стратегии соперничества. Противоборство СМИ несет в себе производство и распространение разрушительной для противника информации. Вследствие этого коммуникативное пространство ИВ подходит под определения «дискурс ненависти», «язык вражды» – ср. их последние приобретения: колорады, ватники, укропы, которые, можно сказать, превратились в «ключевые слова текущего момента» [Красовская, 2016].

Идеологические оппоненты в информационной борьбе уделяют большое внимание выбору языковых средств. Прежде всего это касается:

- лексических единиц языка: выбора слов и их сочетаемости;
- метаязыковых комментариев, фиксирующие ввод в политический аспект новых номинаций, неупотребление, отвержение каких-либо актуализировавшихся в данном информационном противостоянии языковых средств, переименование противоборствующих сторон и их действий, смену политической риторики [Красовская, 2016].

Информационная война является коммуникативным пространством, где оппоненты обязательно создают «свои» языковые коды: они формируют необходимую версию действительности и требуемый образ оппонента. Это часто сопряжено с метаязыковой рефлексией, которая участвует в формировании нужной информационной среды вокруг противоборствующих сторон и их действий [Красовская, 2016].

Медиаобраз как один из продуктов медиаиндустрии, в которой задействованы политические, финансово-экономические, социокультурные, психолингвистические средства и способы создания медийного явления и язык вражды, одним из проявлений которого является описание и трактовка воен-

ных действий, требуется изучать, объяснять и корректировать в зависимости от места и времени употребления, так как возможны случаи искажения медиасобытия и медиаобраза.

Современное медиатизированное поле политических коммуникаций – это площадка конкуренций и напряженной борьбы агональных медиадискурсов, которые ведут войну за преобладание медиаобразов в политическом пространстве. В этом и состоит дискурсивная суть медиавойн, происходящих как в глобальном информационном мире, так и во время политических кампаний. На сегодняшний день в медиа-войнах побеждают силы, которые в конкурентной борьбе медиадискурсов утверждают в качестве доминирующих свои собственные медиаверсии и медиаобразы их участников [Русакова, Грибовод, 2006].

Представление медиаобраза территории невозможно без персонификации. События, идеи, политические программы часто связаны с определенными лицами, которые являются их носителями. Благодаря персонификации люди ориентируются в информационном пространстве, а также она основывается на особенностях восприятия сведений общественным сознанием. «В политической психологии принято считать, что персонифицированные образы играют роль защитных механизмов, упрощающих политическую картину мира. Они становятся для людей своеобразными ориентирами, позволяющими адаптироваться к изменчивой и часто непонятной политической среде» [Коржнева, 2013].

Т.В. Сезонов и В.В. Барабаш помимо вербального способа создания медийного образа, выделяет еще и визуальный. Речевой метод обусловлен подбором тем печатных медиатекстов и особенностью их изложения. Во время чтения таких статей, адресат воспроизводит и примеряет на себя образ героя публикации, который для него – образец для подражания. Визуальный же метод формирования медийного образа характеризуется большим количеством иллюстративного материала, наглядно демонстрирующих те или иные типы. Фоторепортажи, инфорграфики, карты, иллюстрации – все эти не-

вербальные компоненты эффективно участвуют в создании медиаобраза [Барбаш, Сезонов, 2015].

1.3. Роль СМИ в создании медиаобраза территории

Современную область массовых коммуникаций изучают с точки зрения философии, психологии, политологии, экономики и др. наук. Если философы, лингвисты и психологи создают это поле своими, но знакомыми и адекватными обществу инструментами, то экономисты в своих выводах пользуются психологической терминологией с целью разбора вектора развития человека в современном информационном обществе. Под понятием «информационное общество» мы понимаем социум, характеризующийся бурным развитием информационных технологий, которые изменили темпы жизни и жизненные инструментари, способы и этику межличностной коммуникации и взаимодействия с социальными и властными институтами [Хочунская, 2013].

Концепт политического медиадискурса логически взаимосвязан с концептуальным образованием, получившим в современной кокоммуникативистике определение «медиатизация политики».

Термин «медиатизация» впервые появился и стал применяться в литературе в конце 70-х гг. XX в. Первоначально его использование было связано с описанием технико-технологической инфраструктуры, направленная на создание, делегирование и усовершенствование средств сбора, хранения и распространения информации и технологий. После его значение расширилось и стало употребляться для обозначения доступа к духовным ресурсам информационного пространства [Русакова, Грибовод, 2006].

Рассматривая медиатизацию, выделяет четыре процесса изменений, являющихся различными аспектами медиатизации:

- 1) СМИ расширяют возможности к коммуникации, снимает барьеры и ограничения в человеческом общении;

- 2) СМИ выступают как социальный институт и подменяют собой социальную деятельность;
- 3) СМИ постоянно взаимодействуют с многообразием «немедийных» процессов и событий в политической и общественной жизни;
- 4) большинство акторов и субъектов политических и социальных процессов вынуждены подчиняться логике СМИ. Данный аспект играет особую роль в процессах политической коммуникации [Русакова, Грибовод, 2006].

Медиаобраз выступает результатом познавательной деятельности журналистов, воплощающей ментальную переработку информации о социальной реальности и ее презентацию в медиатекстах. О.Л. Шевцов в диссертации «Формирование медийного имиджа России проправительственной газетной периодикой Украины» пишет о создании СМИ образов следующее: «Журналистика осуществляет познание и описание социума - и не только рационально-понятийными средствами, но и через создание образов, являющихся ментальными проекциями явлений действительности. При этом медийный образ, создаваемый средствами журналистики, имеет существенные отличия от художественных образов, так как формируется иными средствами, присущими журналистике с её преобладающей опорой на факты при изложении результатов познания социальной действительности. Использование средств массовой информации с их специфическими возможностями одновременного воздействия на массовую рассредоточенную аудиторию в целях репрезентации создаваемых журналистами образов придаёт специфику самому процессу формирования образных представлений в массовом сознании» [Шевцов, 2011, с. 17-18].

Такие изменения не могли не оказать влияние на субъектно-объектные отношения между массмедиа и аудиторией. Средства массовой информации на сегодняшний день не в полной мере соответствуют информационным потребностям читателей, которые, как утверждают специалисты, заключаются в репрезентации адекватной действительности с нормальными человечески-

ми отношениями. Для правильного построения своего жизненного пути, коммуникативного поведения в социуме, опираясь на базовые ценности и быть уверенным, что эти ценности исповедует социальное большинство человеку необходимо понять, какой мир его окружает.

Но современные медиа из человека пытаются делать маргинала, создавая для него неадекватный, агрессивный и исчезающий образ мира, составленный из мелких пазлов. Нередко, освещаемое журналистами событие, является лишь поводом для комментария в тех же «корпоративных» целях. О таком процессе несколько лет назад писал Д. Рашкофф в книге «Медиавирус», где речь идет о прикреплении к отпрядённому явлению искусственного медиавируса, который несет в себе болезнетворную и разрушительную информацию. Вследствие этого в медиатексте наблюдается механизм создания медиаобраза заданного содержания для воздействия на подсознание адресата [Рашкофф, 2013].

Представляемый СМИ медиаобраз реальности, воспроизведенный в определенном тексте, требует четкого объяснения, так как именно интерпретирующая мысль адресата служит тем инструментом, с помощью которого медиаобраз способен закрепиться в сознании респондента.

Средства массовой информации в современном мире являются механизмом массовой коммуникации, обеспечивающей целенаправленное влияние на общественное мнение.

В 1922 году Уолтер Липпман в работе «Общественное мнение» поднимал вопрос о формировании журналистами особой (несуществующей, либо искаженной) медиареальности («ложной окружающей среды»), использование которой позволяет управлять людьми. Для населения предлагаемая СМИ ситуация в мире является действующей реальностью [Мерзлякова, 2016].

Исследователи М. Маккомбс и Д. Шоу предложили теорию «установления информационной повестки дня» («agenda-setting»). Это особый эффект СМИ, позволяющий управлять информационными потоками и темами обще-

ственных дискуссий. Журналисты напрямую не внушают субъективную позицию своего СМИ, они предоставляют созданную «повестку дня», выбирают новости, которые должны быть в эфире или напечатаны на первой странице в газете, тем самым выделяя их. После чего эти события воспринимаются аудиторией как важные и заслуживающие внимания. Уолтер Липпман в своей работе «Общественное мнение» писал, что «СМИ является основным связующим звеном между событиями, происходящими в мире, и образами этих событий в сознании людей» [Мерзлякова, 2016].

«Медиавоздействие выступает в качестве инструмента конструирования социальной реальности, в то же время, являясь частью этой реальности. Важную роль в данном процессе играют методы манипулятивного воздействия», – пишет Саяпина» [Саяпина, 2011, с.186]. Воздействие достигается за счет таких приемов, как конкретизация (описание конкретной судьбы, жизненной ситуации); сопереживание, заимствование чужих эмоций; использование экспрессивных вербальных (обычно метафорических) и невербальных средств (жесты, мимика, поступки, слезы). Цели манипуляции достигаются также за счет работы с фактами: отбор информации, утаивание информации или, наоборот, акцентирование внимания на каком-то факте, а также публикации ложных сообщений. Эффективное внедрение этих технологий возможно при учете основных характеристик целевой аудитории (менталитета, культурных традиций, стереотипа, истории и др.) [Просвянюк, 2013].

Определение массовой коммуникации как систематического распространения сообщений среди численно больших рассредоточенных аудиторий с целью воздействия на оценки, мнения и поведение людей», подводит к выводу о том, что коммуникации эффективны в том случае, когда они структурированы. [Ильичев, 1989, с.344].

И. Я. Рожков и В. П. Кисмерешкин предлагают три подхода к формированию коммуникативных стратегий:

1. «Эксплуатация» реальных или мифологизированных исторических событий, произошедших на описываемой территории либо имевших ме-

сто к ней. В этом случае речь идет о возникновении традиций, способствующих появлению, сохранению и развитию чего-то уникального и привлекательного в обычаях, производстве, сервисе.

2. Развитие бренда, символизирующего привлекательность территории для потребителей услуг и сопутствующих им товаров. Часто это происходит за счет участия государственной власти, т.к. сформированный бренд территории по большей части обеспечивает ее поступлением средств из федерального бюджета. Это является эффективным для какой-либо территории при наличии известных достопримечательностей, природных особенностей, развитии инфраструктуры, связанной с их эксплуатацией. Если в стране отсутствует или ослаблен сырьевой и промышленный ресурс, то бренд может развиваться как туристический или оздоровительный. Представление региона как объекта, привлекательного для инвесторов. Это может быть сфера туризма или наличие хорошей перспективы развития промышленных предприятий [Рожков, Кисмерешкин, 2006].

О влиянии журналистских образов на аудиторию писал профессор МГУ Е.П. Прохоров: «в результате «потребления» предлагаемой журналистской информации в сознании аудитории формируется определенный образ мира, система установок, направленность воли». При этом он отмечает, что «хочет того журналист или нет, его творческая деятельность по реализации информационной политики имеет пропагандистско-агитационно-организующий характер» [Прохоров, 2003, с.120]. Следовательно, можно утверждать, что одним из результатов творческой деятельности журналистов является формирование образа территории (городской среды).

Благодаря таким явлениям как: глобализация, конвергенция, конгломерация происходит модификация информационной среды. Значит, меняется и социальная реальность.

За контролем качества формирования медиобраза средствами массовой информации отвечает особая область журналистики — медиакритика.

«Медиакритика — это творческо-познавательная деятельность, в ходе которой осуществляется критическое познание и оценка социально значимых, актуальных творческих, профессионально-этических аспектов информационного производства в средствах массовой информации с акцентом на творческую сторону медийного содержания» [Короченский, 2002, с. 120].

Данная область познает и процесс восприятия медиатекстов, в процессе которого у читающего человека формируется обобщенный образ действительности. Поэтому критики СМИ обязаны изучать и учитывать социально-психологические механизмы освоения медийного содержания аудиторией СМИ.

С точки зрения А. П. Короченского весьма перспективными являются получившие в последние годы большую популярность исследования в области медиаимиджологии, предметом которой является изучение самого широкого спектра образов, формируемых массмедиа. Интенсивная калоризация информационного пространства определенными медиаобразами содействует формированию стереотипов, что составляет следующий этап развертывания информационной модели. Определение стереотипа как устойчивого распространенного обобщенного и упрощенного представления о предмете или явлении действительности, обладающего выраженной эмоционально-оценочной окраской, обуславливает его важнейшую роль в массмедийном дискурсе [Короченский, 2002, с. 120].

«Журналист, являясь продуктом своей культурно-идеологической среды, неизбежно освещает события сквозь информационные фильтры данной среде свойственные и во многом обусловленные существующими стереотипами в отношении представителей других стран, культур и прочих лингвокультурных и политических сообществ» [Короченский, 2002, с. 120]. Такой процесс можно наблюдать на примере корреспондентов, работающих за рубежом. Находясь в иной лингвокультурной среде, журналист всегда освещает то, что соответствует информационным ожиданиям его целевой аудитории, сформированной и отражающей интересы и информационные предпочтения

собственной лингвокультуры [Добросклонская, 2015]. Выбор событий и их последующая интерпретация тесно связаны с информационными предпочтениями и интересами целевой аудитории, что естественно возвращает нас к первому компоненту информационной модели – отбору фактов и завершает весь цикл движения информации.

Таким образом, актуальным для анализа медиаобраза является лингвокогнитивный аспект. Для реконструкции медиаобраза необходимо выявить и описать представления, связанные с данным объектом, активно транслируемые массмедиа.

Содержание медийного образа объекта составляют знания и представления носителей языка, формируемые СМИ и «упакованные» в различные когнитивные структуры. Данный подход вписывается в контекст современных научных исследований, которым присущ междисциплинарный характер. Именно это обуславливает анализ медиаобраза через его языковые репрезентации, обеспечивающие «совокупность значений и культурно заданных программ в форме социальной памяти, воображения и оценивания» [Полонский, 2014, с.1-2], что является релевантным для анализа медиаобраза.

Выводы к главе

Анализ понятий «медиаобраз», общая характеристика структуры медийного образа, описание средств формирования медиаобраза территории с точки зрения медиалингвистики, а также определение роли СМИ в создании медиаобраза, позволяют сделать ряд выводов.

Медиаобраз современного государства – это феномен, оценка которого происходит не только в политических структурах и институтах, но и в осмыслении массовыми аудиториями взаимоотношений между странами. Следует отметить также и сложность конструирования новых образов государства, соотносящихся с ментальностью и практическими свершениями в каждой стране мира. Базовыми элементами медиаобраза являются прежде

всего географический, исторический, политический, экономический и культурный аспекты.

Многие исследователи считают понятия «имидж» и «медиаобраз» синонимичными. Однако, с нашей точки зрения, эти определения следует дифференцировать, так как каждое из них имеет свою специфику: образ государства – это результат и идеальная форма отражения составляющих его объектов в ментальной сфере, он формируется за счет многих факторов в ходе социально-исторического развития; имидж же создается целенаправленно PR-специалистами, политическими технологами, журналистами и др. в соответствии с требованиями политической конъюнктуры.

Среди средств формирования медийного образа территории особое значение имеют его языковые репрезентанты в структуре медиатекста, определенную роль могут играть и визуальные способы формирования медиаобраза.

Формируемый средствами массовой информации медиаобраз действительности, репрезентируемый в тексте, требует объяснения, ведь именно интерпретация получателя информации служит инструментом, с помощью которого медиаобраз может закрепиться в сознании.

Методология исследования медийного образа на сегодняшний день находится в стадии становления, так как научных работ в этой области насчитывается не много и процедуры исследования медиаобраза еще не сформированы.

ГЛАВА 2. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ МЕДИАОБРАЗА ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ В РОССИЙСКИХ, УКРАИНСКИХ И ДОНЕЦКИХ СМИ

2.1. Типологическая характеристика изданий

В научной работе в качестве эмпирического материала было выбрано шесть изданий: общественно-политическое издание «Газета.Ru», общественно-политический журнал «Русский репортер», общественно-политическое

независимое издание «Новая газета» (Россия), общественно-политическое интернет-издание «Апостроф», интернет-издание «Украинская правда» (Украина), газета «Донецкое время» (ДНР).

Выбор российских медиа обусловлен рейтингом самых влиятельных СМИ в России, который был составлен компанией «Медиалогия», являющейся разработчиком автоматической системы мониторинга и анализа СМИ. В апреле 2018 года среди интернет-ресурсов «Газета.Ru» заняла второе место по популярности, в категории журналов «Русский репортер» находится на седьмом месте, «Новая газета» в рейтинге «ТОП-10 газет» - на восьмом месте. Стоит отметить, что средства массовой информации отбирались не только по их позиции в рейтинге, но и по частоте освещения темы Донецкой Народной Республики.

Согласно рейтингу портала «LiveInternet.ru», в топ-20 самых читаемых СМИ Украины вошли «Украинская правда» и «Апостроф». Ввиду того, что эти два издания занимают высокие строчки рейтинга, следует, что они имеют важную значимость для украинской аудитории, близкую к значимости тех российских изданий, которые были выбраны.

На сегодняшний день в ДНР журналистика слабо развивается, в период военных действий многие издания прекратили свое существование, медиаландшафт значительно сузился, даже несмотря на новые государственные преобразования. Одним из немногих изданий, оперативно и широко освещающих жизнь республики, является газета «Донецкое время».

Перед тем как приступить к эмпирическому анализу медиатекстов, необходимо рассмотреть типологические особенности исследуемых изданий.

«Газета. Ru» - это общественно-политическое интернет-издание, которое было основано в 1999 году. Сначала медиа с данным названием начало работу в феврале 1999 года как проект Фонда эффективной политики под руководством Антона Носика. В сентябре 1999 года на основе проекта возникли издания «Вести. ru» и «Lenta.Ru», а бренд «Газета.Ru» был продан ком-

пании ЮКОС, создавшей по сути новое издание во главе с Владиславом Бородулиным.

В ноябре 2005 года Алишер Усманов купил издательский дом «Секрет фирмы», а затем, в июне 2008 года, издательский дом «Коммерсантъ» Усманова и владельцы компании «СУП» произвели обмен активами, в итоге владельцем «Газеты. Ru» стал «СУП». После выборов 2012 года холдинг «СУП» Media, владевший «Газетой.Ru», полностью перешел предпринимателю Александру Мамуту. Сегодня главным редактором издания является Ольга Алексеева, президент - Александр Мамут, а генеральный директор – Андрей Цыпер, учредитель – ЗАО «Газета.Ru». «Газета. Ru» входит в группу компаний «Rambler&Co», которая является одной из крупнейших российских компаний, работающих в медиасфере технологий и электронной коммерции с аудиторией свыше 38 млн человек в месяц.

Это общественно-политическое издание круглосуточно освещает российские и мировые новости, имеет двенадцать рубрик: «Новости», «Политика», «Экономика», «Бизнес», «Общество», «Армия», «Мнения», «Культура», «Наука», «Технологии», «Авто», «Стиль», «Спорт». Жанровая специфика издания разнообразна, это могут быть новостные заметки, интервью, обзоры, репортажи, аналитические статьи, иногда встречаются и медиатексты в художественно-публицистическом жанре. Помимо жанровых особенностей, «Газета. Ru» активно использует инфографику и фоторепортажи.

Общественно-политическое независимое издание «Новая газета» была создана в 1993 году группой журналистов, которые ушли из «Комсомольской правды» вместе с Дмитрием Муратовым (главный редактор с 1995 года по настоящее время, до 1995 года редактором был Сергей Кожеуров), Еленой Дьяковой, Юрием Сорокиным, Павлом Воцановым, Зоей Ерошок, Акрамом Муртазаевым, Дмитрием Сабовым и другими. В начале своего основания издание выходило как «Новая ежедневная газета», но в 1996 году вследствие регистрации стала АНО РИД «Новая газета».

Контрольный пакет акций газеты принадлежит редакции — 76%, ещё 14% акций находятся у бизнесмена Александра Лебедева, а оставшиеся 10% принадлежат давнему партнёру издания, бывшему президенту СССР М.С. Горбачёву, который финансово помогал коллективу ещё в 1993 году. Учредителем и издателем является ЗАО «Издательский дом «Новая газета».

Журналисты этой газеты заявляют о позиции неприсоединения к существующим направлениям, мнениям, сторонам в конфликтах. Главной целью издания является отражение объективной ситуации, складывающееся из личных мнений, идеологий сотрудников газеты. Генеральный директор газеты Сергей Кожеуров подчёркивает, что «Новая» — партийная газета, только наша партия — это наши читатели, а политбюро — журналистский коллектив» [34].

Особенностью контента газеты является критика серьезных проблем в области политики, экономики, образования, здравоохранения, освещение достойных опытов и поступков, которые соответствуют нравственному идеалу. Одна из особенностей данного СМИ от всех других — освещение острых проблем, которые нередко игнорируются другими изданиями из-за запретов, по соображениям самоцензуры или непрофессионализма.

Рубрикация «Новой газеты» выглядит следующим образом: «Политика», «Экономика», «Общество», «Культура», «Спорт». Есть некоторые рубрики с устойчивым названием, например, «Расследование», «Специальный репортаж».

Среди востребованных жанров этого медиа является заметка, репортаж, статья, фельетон, расследование. Если журналистский текст содержит информацию о телепередаче, фильме, то он появляется в жанре критического обозрения или рецензии.

«Русский репортер» - ежемесячный общественно-политический журнал медиахолдинга «Эксперт», владельцем которого с октября 2006 года является Олег Дерипаска.

Главным редактором «Русского репортера» на сегодняшний день является Виталий Лейбин. Тираж журнала - 168100 экземпляров. Основная задача издания – выпуск пророссийского журнала, обеспечивающего открытый разговор свободных и активных людей.

В «Русском репортере» освещаются общественно значимые темы, политические события и новости, он включает в себя следующие рубрики: «Фото», «Политика», «Культура», «Среда обитания», «Спорт», «Казусы», «Wikileaks», «Кинодок», «Нетленка», «Репортаж», «Колонки», «Спецпроекты», «Фигура», «Афиша» и др.

Жанровая палитра журнала насыщена аналитическими медиатекстами: корреспонденциями, статьями, обзорами и репортажами как наиболее приемлемые для изложения социальной проблематики.

Украинское общественно-политическое интернет-издание «Апостроф» стартовало в августе 2014 года, главным редактором является Родион Комаров. Проект реализуется при непосредственном участии и с использованием ресурсов Международного центра перспективных исследований (МЦПИ) — одного из ведущих аналитических центров Украины. Идея «Апострофа» состоит в синергии потенциала журналистов и аналитиков. Политика редакции направлена на принципы беспристрастности, точности и достоверности, оперативности, объективности и сбалансированности подачи информации.

Это издание ориентировано на подготовку информационных и аналитических материалов, освещение актуальных событий в политике, экономике, обществе и культуре, а также публикует интервью, готовит обзоры прессы, активно участвует в коммуникации с читателями. Создание этого интернет-ресурса совпало с началом военного конфликта в Донбассе и занимает проправительственную позицию.

Рубрикация включает в себя такие разделы, как «Новости», «Политика», «Экономика и финансы», «Общество», «Спорт», «Мир», «Взгляд», «Интервью» и «Апостроф.ТВ».

Украинское интернет-издание «Украинская правда», основанное в 2000-м г. Еленой Притулой и Георгием Гонгадзе, является лидером новостной журналистики и журналистских расследований на Украине. Главный редактор – Севгиль Мусаева. Основная тематика – сфера политики, социальные проблемы, экономика, публикуются также журналистские расследования Сергея Лещенко и Мустафы Найема.

В группу сайтов «Украинской правды» входят:

- «Европейская правда»;
- «Экономическая правда»;
- спортивный сайт «Чемпион»;
- сайт гражданской журналистики «Народная правда»;
- сайт о шоу-бизнесе и светской жизни «ТаблоID»;
- новости столицы Украины «Киев»;
- лайфстайл-ресурс «Жизнь»;
- «Историческая правда».

Интернет-издание имеет такие рубрики, как «Новости», «Публикации», «Колонки», «Интервью», «Графика», «Фото и видео», «Блоги». Особенность данного СМИ заключается в большом количестве аналитических публикаций. Это могут быть как журналистские статьи, так и обзоры различных политических деятелей, мнения экспертов.

Во времена президентства Виктора Януковича «Украинская правда» была одним из немногих медиа, избежавших цензуры. В 2014-м г. в связи с Евромайданом издание стало мощным «медиа-хабом» для протестного движения и платформой для дискуссий.

Первый выпуск газеты «Донецкое время» вышел 30 сентября 2015 года. Это общественно-политическое издание ДНР, занимающееся освещением преимущественно социально-культурной жизни региона, героями публикаций становятся жители Донбасса.

Основные рубрики : «Актуально» (новости из районов Донецкой области), «Центр внимания» (рассуждения главы ДНР Александра Захарченко о

насуточных проблемных вопросах), «Есть мнение» (мнения экспертов, политологов по определенному вопросу), «Социум» (информация об увлечениях жителей Донбасса, профессиях), «Непобедимые» (память героев Великой Отч войн), «Наши люди» (журналисты рассказывают о людях, которые отличились своей историей, поступком, деятельностью в регионе), «Донбасс спортивный», «Донбасс культурный», «Гранит науки», «Подшивка» (публикуются различные материалы донецких газет прошлых лет). В газете представлены жанры информационной заметки, интервью, статьи, колонки, репортажа хроники.

2.2. Формирование медиаобраза Донецкой народной республики в общественно-политическом журнале «Русский репортер»

С 2014 по 2018 год в журнале было опубликовано около 75 журналистских текстов различной жанровой специфики, освещающих военный конфликт на Донбассе. В большинстве случаев это репортажи, интервью, аналитические статьи, обзоры, колонки.

Специфика формирования медиаобраза Донецкой народной республики в журнале «Русский репортер» заключается в детализации описаний места события, конкретизации персоны, а также в постоянном «эффекте присутствия».

В «Русском Репортере» медиаобраз ДНР репрезентирован через определенный круг тем, позволяющих объемно и разносторонне, представить динамику изменений с 2014 по 2018 год: политического, экономического, гуманистического, культурно-образовательного, религиозного характера.

Для журналистских публикаций данного издания характерны словесные образы, образы-детали, вынесенные в сильные позиции текста или рассыпанные в текстовой ткани (фигуры, метафоры, метонимия, эпитеты, сравнения, вопросно-ответные конструкции).

Особенностью репортажей данного издания является обязательная фокусировка на человеке в каких-либо обстоятельствах. Разнообразные про-

блемы обязательно рассматриваются с точки зрения того, как они влияют на жизнь человека, к каким жизненным противоречиям это приводит. Через призму судьбы, оценок, суждений конкретных людей наряду с характеристиками авторов медиатекстов, формируется более объективный медиаобраз региона.

Так, в интервью 2014 года «Соседние дома горели» корреспонденту Ольги Тимофеевой беженка Наталья, вынужденная переехать в Москву из-за военных действий в Донцке, рассказала о военных временах, добрых людях и новой жизни: *«В районе аэропорта боевые действия шли, — говорит Наталья. — Во дворы осколки залетали, соседние дома горели — попали в них. Бегают по улицам, стреляют. Потом, когда уже все начали уезжать... Я до конца держалась. Не хотелось верить. Наталья веб-дизайнер. У нее много заказчиков в Москве. Она и поехала-то сюда потому, что может сразу работать. Обеспечивать семью хотя бы едой»* [44].

Развивая эту тему, Ольга Тимофеева указывает, что в социальной сети «ВКонтакте» находится больше десятка стихийных сообществ, где люди с Украины просят помощи, а люди из России предлагают ее: *«Нет, наверное, региона, куда бы ни звали приехать, где ни поделились бы комнатой или квартирой, ни предоставили бы на время дачу или деревенский домик, ни помогли бы с работой и покупкой билетов»* [44]. Героиня репортажа Наталья не имела никаких связей и родственников в Москве, поэтому пыталась найти помощь в Интернете: *«Я нашла через «Контакт» Катю. Она предлагала квартиру — жить. Катинь родители встретили нас, привезли сюда. Помогли сразу, продукты на первое время...»* [44]. Таким образом, тема сострадания, поддержки тех, кто из-за военных действий потерял все выступает как одна из черт медиаобраза. Социальные сети сближают и помогают быстро оказать помощь тем, кому она необходима, именно тут «человеческое» выходит на первый план.

Милосердие и помощь слабым особенно ярко проявляется в неоднократно встречающихся в публикациях данного журнала эпизодах, посвящен-

ных животным, которые вместе с людьми подвергаются всем тяготам ситуации с ДНР.

В городе Дебальцево, постоянно страдающем от обстрелов, появилось много бездомных собак. Как они выживают, кто их кормит и лечит, узнала журналист Марина Ахмедова в репортаже 2015 года «Лучшая собака на Земле». Главным героем стал Саша Добрый, который является «спецом по собакам»: *«Люди во время наступления собак поотпускали, сами в подвалы зашли. А кто-то уехал, собаку бросил. Собак тут было — тьма тьмущая!.. Мне звонят из Дебальцево: «Ты — спец по собакам. Приезжай! Или их отстрелят» [6].*

Разумеется, что в ситуации выживания в военной обстановке судьба брошенных животных волнует далеко не каждого, но задача журналиста заключается именно в том, чтобы показать, что даже в этой ситуации важно сохранить человечность и сострадание. Одним из таких людей стал Саша Добрый, для которого каждая собака – это отдельная история в его жизни: *«Деньги с продажи краденых машин я тратил на бездомных собак. Раньше, до войны зоозащитники звонили мне по три раза в день: «Саша Добрый, езжай туда, заberi с дороги сбитую собаку, привези ее сюда». Я сразу ехал... Просто ставлю себя на место собаки» [6].* Прямая речь героя становится средством самохарактеристики и создает позитивный образ тех, кто остался в Донецке, ведь одним из средств создания медиаобраза является портрет человека, изображение его поступков и прямая речь.

С помощью ярко выраженной разговорной негативной лексики автор показывает морально-нравственную сторону войны. Жители Донбасса не отражают политику республики, а остаются простыми людьми, следуя своим морально-нравственным принципам и доказывая, что эти устои даже война не способна сломить. *«Ты нам, гнида, сочувствуешь? Тут несколько месяцев было тихо, ты не мог приехать собаку забрать? А если они младше двадцати трех, то они сами дети? Ты че на блокпост не встал? Ты че родину не*

защитил. Ты родину предал! Хоть собаку бы свою забрал. Ирбис тебя ждал, люди бегали под минами его кормить, а ты весь год спал спокойно!» [6].

В 2018 году в России прошли выборы президента, предполагающие внешнеполитические изменения, в первую очередь это касается отношений с Украиной и Донбассом. В статье Марины Ахмедовой и Виталия Лейбина «Андрей из донецкого анекдота» молодой человек по имени Андрей делится своими соображениями о том, что было и что стало.

Начало публикации представлено в виде анекдота: *«Что с тобой?» — спросили его прохожие. «Я хочу жить в ДНР», — плача пуще прежнего. «Но ты и живешь в ДНР!» — сказали ему. «Нет. Я хочу в ту ДНР, которую по телевизору показывают» [5].* Авторы в шутливой форме раскрывают правду мифологизированного медиаобраза ДНР, согласно которой сегодня в экране аудитория видит территорию, где кипит жизнь, а в реальности наблюдается депрессия и геополитическое забвение. С помощью оценочных прилагательных описаны прошедшие годы войны: 2014-й год – «бурлящий», «устремленный», «энергичный»; 2015-й год – «сжавшийся ради прыжка к победе», «целеустремлённый», «душевный подъем»; 2016-й, 2017-й и начало 2018-го года – «погрузившийся на дно», «сонливый», «депрессивный», «напряженный» [5];

Итак, мы видим, что в медиаобразе ДНР присутствует динамическая составляющая, ДНР осознается как нечто непостоянное. Постоянно меняющееся. Если в 2014-м г. он имел очевидные положительные характеристики, то на сегодняшний день большинство граждан Донецка находятся в состоянии растерянности и попытки понять, насколько правильным оказалось судьбоносное решение, которое они приняли несколько лет назад в состоянии эйфории.

Для репрезентации современной ДНР авторы используют понятие «энергетика», которое всегда выражает оценочность, - в данном случае негивную, не притягивающую к себе даже дончан: *«Он смотрит на пустые тротуары. Он действительно больше ничего не хочет кроме одного — что-*

бы на этих тротуарах появились люди. Чужие незнакомые люди, чтобы они, как до войны, мельтешили по ним потоками, создавая энергетику счастья» [5]. Этот негатив заключается в страхе «свободы слова», недовольстве деятельностью местных властей, безысходности и неверии в лучшее будущее.

Как отмечают авторы публикации, сообщения в социальных сетях, дружеские, родственные связи могут выступать как средство формирования медиаобраза: *«Родственники и друзья рассказывают друг другу, что у них происходит, сравнивают происходящее» []*. Данный факт говорит об эффективном и правдивом представлении гражданами других государств образа Донецка. Возможно, журналисты хотели сказать и о том, что история, мнение одного человека в смс-сообщении способно повлиять на восприятие медиаобраза.

«Русский репортер», репрезентируя медиаобраз ДНР, уделяет внимание духовной жизни, в частности образовательной сфере. В 2014 году школы Донецкой области начали работать с 1 октября в связи с постоянными военными действиями. Корреспондент Марина Ахмедова в репортаже «Школа ненависти. Школа любви» показала потребность в естественных человеческих чувствах и надежду как черты портрета тех, кто остался в ДНР: «Артем идет по мраморному полу школы, разрисованному геометрическими фигурами. Шею его стягивает сиреневый галстук, в руках он несет большой букет роз. Сзади идут мать и отец. В школьном коридоре весело играет музыка, заглушая разрывы снарядов, которые раздаются со стороны аэропорта. В коридоре первоклассников выстраивают колонной по двое. В паре с Артемом — девочка с пышными белыми бантами. Он вертит головой, ищет маму. Не найдя, плачет. Доносящаяся из динамиков песня заканчивается, и образовавшуюся на мгновение тишину заполняет ураганный рык снаряда, который, впрочем, в этом спокойном районе города, скорее всего, не упадет» [8]. На примере одной семьи журналист раскрывает гуманистическую составляющую медиаобраза ДНР: с одной стороны каждый может удивиться

смелости этих людей - пойти на школьную линейку под звуки летящих пуль, а с другой - автор явно сопереживает им.

В другом фрагменте репортер обращает внимание, казалось бы, на детали, но как раз именно переданные эмоции, переживания помогают ближе увидеть медиаобраз квазигосударства. Таким образом автор формирует у читателя эмпатию, вызывает соответствующую эмоцию, которая безусловно сопровождает образ Донецкой Республики. Реалистические, «человечные» детали, передающие непосредственную реакцию, эмоцию оказываются важной составляющей медиаобраза ДНР в «Русском репортере»: *«На сцену приглашают депутата Верховного совета ДНР. Шумно вздыхает, и его вздох, усиленный микрофоном, оглушает весь зал. — Очень много было сделано, чтобы вы здесь собрались в этот торжественный день... — он снова умолкает, подыскивая слова. Растерявшись, становится похож на человека, который не привык или не любит выступать. — Я бы попросил почтить минутой молчания тех, кто до этого дня не дождался, — наконец выпаливает он. Минута молчания заполняется шарканьем, хныканьем младенцев и всеми теми шумами, которые образуются, когда в одном месте собирается много молчащих людей. Минута заканчивается, и депутат сразу сдает микрофон»* [8]. С целью придания репортажу выразительности и эмоциональности, а также воздействия на сознание человека автор использует метафору: *«Бура-тино достаточно наклониться, проткнуть носом картонку реальности, и вместе с этим залом и с этим городом он окажется в другой, волшебной стране»* [8]. Медиаобраз Донбасса имеет волатильный характер, сегодня квазигосударство неподконтрольно никому, а завтра оно может вернуться к своему врагу - Украине или, наоборот, к «старшему брату» - России.

С началом войны уровень образования в учебных заведениях значительно понизился. Многие отправились учиться в центральную Украину, кто-то решил попробовать свои силы в России либо вовсе не посещать занятия, но есть студенты и школьники, которые стремятся учиться.

В связи с конфликтом между Киевом и Донбассом, значение украинского языка было приравнено к нулю. Но как бы там ни было, учебники украинского языка и литературы, да и в принципе, знания, полученные на уроках украинского, вряд ли можно так резко выбросить из головы показала, как в Донбассе изучают язык, литературу и смысл жизни: Одним из аспектов гуманитарной проблематики является тема русского и украинского языка, этот вопрос для самих представителей ДНР важен в том плане, что многие из них осознают не только значимость русского языка, но и ценность украинского, который также обеспечивал межличностную и социально-культурную коммуникацию в мирном прошлом. Наиболее трезвомыслящие граждане понимают, что Донбасс действительно опирается как на русские, так и на украинские культурные традиции. Медиаобраз Донбасса сложен еще и потому, что объективно нельзя сказать: ДНР – это однозначно Россия, что и отражено в репортаже «Между Пушкиным и Шевченко» (2016 г.) Марины Ахмедовой, где звучит прямая речь жителей ДНР: *«Украинский сейчас пытаются сделать в школах факультативом, мне это не очень нравится. А хочется, чтобы дети украинский учили. Нельзя делить общество по принципу языка. Если ты говоришь на русском, значит, врагу помогаешь! Эта система рассчитана на постоянный поиск врага, которая будет только набирать обороты, набирать врагов. А на Донбассе вообще трудно сказать, где заканчивается Россия и начинается Украина»* [7].

Как отмечает героиня репортажа Ольга Викторовна, «эффект выживания» характеризуется сплоченностью людей, помощью ближнему, проявлением гуманности: *«В том году я заметила, как сразу проявился дух коллективизма – закон выживания. Иначе не выстоять в одиночку. Проявилось желание помогать другому, эмпатия, человечности стало намного больше. И любви к учебе. Раньше учеба воспринималась как данность, но когда пришлось за нее бороться и делать ради нее непростой выбор, студенты ее оценили»* [7]. Ценности культуры и образования не отрицаются, а наоборот,

осознаются как жизненная потребность, условие выживания, что безусловно формирует позитивный образ ДНР.

Формируя образ ДНР, издание особое внимание уделяет организации культурной жизни. Именно культурно-образовательная деятельность в ее разнообразных проявлениях способна объединять людей и направлена на поддержание морально-психологической стороны жизни.

Интервью «Для кого играет Донецкая филармония», подготовленное корреспондентом журнала Андреем Бабицким в 2014 году, представляет главного дирижера и художественного руководителя академического симфонического оркестра Донецкой областной филармонии Александра Михайловича Долинского.

Обозначая ряд проблем, творческие и профессиональные имеют второстепенный тон: *«К нам теперь трудно заполучить гастролера какого-нибудь, или дирижера, или солиста, потому что боятся ехать в город, в котором идут боевые действия. Действительно, со стороны кажется, что в Донецке ад, тьма кромешная. Для меня, привыкшего к иному образу фронтового города на постсоветском пространстве, — разрушенного, голодающего, нищего — Донецк выглядит непривычно. Этот необычайно красивый город живет обычным порядком — ходит городской транспорт, с утра на улицы выезжают уборочные машины»* [9]. Восприятие Донецка героем интервью способствует пониманию того, что у жителей Донбасса сохранился патриотизм и любовь к своему городу, при этом они понимают неоднозначность отношения к нему тех, кто здесь не живет. Таким образом, взгляд извне и изнутри, представленный в публикации, подтверждает, что для одних Донбасс — это небезопасное, устрашающее место, а для других — уютный, родной город, который нельзя оставить.

Проблемы в филармонии, по словам дирижера, заключаются не только в составе музыкантов, большинство из которых вынуждены были уехать из Донбасса, но и в публике: *«Я всегда говорю: «Боже мой! Мои герои сидят на сцене, но и в зале — тоже!» Они нас слушают, смотрят на нас такими вот*

глазами. Мы играем теперь концерты популярной музыки. Это очень качественная музыка, но которую узнают все. Они приходят в зал и забывают о том, что происходит сейчас за его пределами. Я это точно знаю, потому что меня на улице останавливают и говорят: «Божже! Как было здорово! Играйте дальше, мы будем приходить» [9]. Культура выполняет объединяющую, солидаризирующую функцию, поддерживает эмоции и облагораживает тех, кто постоянно испытывает страх и неуверенность в будущем.

Медиаобраз социума, государства территории репрезентироваться через образы людей в данном случае дончан. Так, рассказывая о визитах за рубеж, Александр отмечает неуверенность и боязнь приглашающей стороны, невостребованность донецкого коллектива в других странах. Имидж филармонии из-за политических и военных действий обрел скорее негативный оттенок: «Любой импресарио считает, выгодно ли ему приглашать проблемный оркестр. Они боятся с нами связываться. Ну мало ли, мы приедем, попросим политическое убежище или статус беженцев: «Дайте. Мы не поедем домой — у нас война». Оно им нужно? Нет. Надо выждать паузу, я думаю. Мы думали о гастролях в России, но там хватает и своих прекрасных коллективов. Это может быть организовано как акция — «Мост дружбы какой-нибудь» [9]. Характерно, что в интервью его герой рефлексировал по поводу того негативного медиаобраза Донбасса, который сегодня складывается за рубежом.

Вследствие вооруженного конфликта карьера многих донецких артистов оборвалась, одной из причин является открытая поддержка политики своего государства. На примере интервью «Отправляйся играть для своих шахтеров!» с украинской пианисткой Валентиной Лисицей (2015 г.) рассмотрим, как объясняют свои действия украинские власти и почему артистка отдает предпочтение позициям Донбасса.

События, произошедшие в Одессе 2 мая 2014 года, стали для Валентины толчком для выражения активной гражданской позиции: «Я очень активно занялась этой темой, начала переводить для сайта «Славянград». Я по-

знакомилась с людьми, которые его делали, заочно, естественно, потому что они все с Украины, из Мариуполя, Донецка, Луганска. Начала переводить на английский статьи, свидетельства очевидцев, стала их постить. Я занималась не только тем, что происходит в Донбассе. Я, например, перевела все бумаги из суда по делу Руслана Коцабы, все свидетельства, допросы. В общем, я давала информацию, которая отсутствовала в тамошней прессе. Дошло до того, что я на самом деле «троль, который маскируется под пианиста» [46]. Действия и заявления известной пианистки общество оценило как в положительном, так и в негативном ключе. Многие люди напуганы и стараются публично не высказывать свое мнение, но в этот раз за них ответила Валентина Лисица.

Не получив поддержки со стороны зрителей и властей Канады, артистка заявила о намерении дать концерт в Донбассе, где ее уже давно ждали. Героиня интервью обращает внимание читателей на искаженный медиаобраз ДНР в США и европейских странах. «И американцы думают: «А, в Донбассе шахтеры, они, наверное, такие же, как и наши из Западной Вирджинии». Понимаете, нормальный средний человек Запада считает себя «цивилизацией», а остальных — либо «развивающимися странами», либо «отсталыми». Представляете, какой это будет удар по самосознанию такого человека, если он увидит, что в Донецке люди бьются, чтобы попасть на симфонический концерт, куда его самого палкой не загонишь? В британской прессе сказали только, что я поехала играть для «непризнанной республики сепаратистов» и «позволила сфотографировать себя в компании их лидера, который замешан в военных преступлениях». Вот и весь репортаж. Они не захотели показать ни кусочка из концерта! Не захотели показать лица этих людей, как они слушали, сознаться, что, в отличие от каких-нибудь рок-концертов или даже классических концертов, которые проходят в Европе, не было ни одного человека, который бы был в состоянии опьянения, не было выкриков, не было каких-нибудь больных на голову людей. То есть все слушали, это был настоящий праздник высокого искусства. Но для западной прес-

сы это была бы слишком шокирующая информация» [46]. Монолог пианистки Валентины Лисица – рефлексия по поводу медиаобраза, уже сложившегося в западных СМИ. Герои репортажей Марины Ахмедовой стремятся показать, что этот медиаобраз не соответствует действительности.

Обобщая, можно утверждать, что «Русский Репортер» с 2014 по 2016 гг. регулярно и глубоко освещал военный конфликт в Донбассе. В 2017 и 2018 гг. количество репортажей, интервью, статей уменьшилось. Это можно связать с тем, что война стала уже обыденностью и проблема ДНР утратила свою остроту для России, но не для жителей Донбасса.

Медиаобраз Донецкой народной республики в общественно-политическом журнале «Русский репортер» представляет ее как территорию, борющуюся за свои права, провозглашение независимости, отделение от Украины, создание своей экономической базы, однако в то же время в текстах есть и прямо противоположный образ: ДНР - это небезопасный регион с недалекими политиками, где безысходность и уныние превосходят радость. Особое внимание издание уделяет гуманитарной стороне военного конфликта. Медиаобраз региона с этой точки зрения представляется территорией, где люди переживают огромные потрясения, перевернувшие их жизни.

2.3. Особенности создания медиаобраза Донецкой Народной Республики в общественно-политическом издании

«Газета. Ru»

С 2014 по 2018 год было опубликовано 1106 аналитических материалов в разных рубриках, таких как «Политика», «Общество», «Армия», «Бизнес», «Культура», «Мнения».

К специфическим особенностям репрезентации медиаобраза ДНР в этом издании относятся: использование экспертных мнений политологов, специалистов, политиков, экспертов, которые излагают свою точку зрения на

происходящее в Донецкой Народной Республике, стандартизированность характера изложения медиатекстов.

Медиаобраз ДНР в «Газете.Ру» представляет собой некое виртуальное государство, стремящееся к независимости, имеющее свою национальную идею, но вместе с тем и множество проблем, среди которых недальновидность руководства, неопределенное будущее и противоречивые настроения граждан.

Главным вопросом как в 2014, так и в 2018 году остается вопрос статуса Донецкой Республики и ее будущего. Ярким примером о том, какие перспективы имеет медиаобраз ДНР служит статья Владимира Дергачева «Донбасс ищет компромисс» 2015 года, где высказываются две разные точки зрения (точка зрения близкого к Кремлю политолога Алексея Чеснакова и депутата Верховной Рады от «Блока Петра Порошенко» Вадима Денисенко).

Александр Чеснаков в своих рассуждениях о принятии Украиной закона о выборах в «отдельных районах Донецкой и Луганской областей» и предоставлении Донбассу особого статуса, отмечает, что эти территории давно готовы к переговорам с рациональными предложениями: *«...мажоритарная система, участие в выдвижении общественных организаций, ограничения для украинских СМИ, участвовавших в информационных войнах против ДНР и ЛНР, и так называемое наличие минимального времени проживания на территории Донбасса... Республикам же мало что помешает вернуться к организации выборов по своим законам. И это позволяет считать замораживание конфликта в Донбассе все еще весьма вероятным»* [17].

Вадим Денисенко, депутат Верховной Рады от «Блока Петра Порошенко», рассказывая об условиях принятия Украиной выборов в ДНР, акцентирует внимание на важном моменте: *«В целом все эти условия довольно просто выполнить. Главное, чтобы такой сигнал в оккупированный Донецк и Луганск направила Москва. Судьба выборов на Донбассе всецело зависит от политической воли руководства России, Киев все свои обязанности выполнял*

и будет выполнять в полной мере» [17]. Такое заявление характеризует медиаобраз Донецкой Народной Республики как зависимой от России территории, которая не в состоянии принимать адекватные решения и законы.

Репортаж Ивана Комарова «Мы не Украина и не Россия. Мы - Донбасс» формирует не только медиаобраз всей территории, но и ее отдельных частей, а также медиаобраз человека из Донбасса.

Уже в заголовке чувствуется некая экспрессия, заявленная дончанами. Автор начинает свой репортаж с описания обстановки на избирательных пунктах: *«На улицах города было непривычно много ополченцев. В камуфляже, вооруженные автоматами, они мрачно курили и недоверчиво разглядывали прохожих»* [26]. Такие наречия как «мрачно», «недоверчиво» уже помогают начать писать реальную картину медиаобраза ДНР. Вроде бы и добились своего права на выборы, но радости на лице нет, возможно, здравое мышление человека понимает, что такие действия не особо улучшат ситуацию на юго-востоке.

Далее корреспондент Иван Комаров сталкивается с военными: *«...Журналист? Российский? Ну так и я тоже российский журналист. Хрена руки в карманах держишь? А ну-ка доставай! ... Какой еще на хрен журналист?! Американский что ли?!»* — сурово произнес пожилой ополченец. В ответ был представлен российский паспорт, который в Донбассе является чуть ли не лучшим документом: *«Аааа, русак. Че ж ты сразу не сказал? Пропускайте их, братва, и по рации передайте, чтобы не тормозили. Свои люди, дай Бог им здоровья»* [26]. Этот фрагмент показывает, что когда речь идет о медиаобразе территории, так или иначе актуализируется одна из важных культурных оппозиций «свой-чужой». Однозначно выражено отношение к украинцам – «бендеровцам» и «америкосам», а также подчеркнуто отношение к русским и России как к «своим».

В ноябре 2015 года прошел круглый стол ветеранов Новороссии, в статье «Донбасс еще тряхнет», автором которой является Владимир Дергачев, передается содержание «круглого стола» «Год после выборов: итоги гос-

строительства в ДНР и ЛНР». Этот материал интересен различными точками зрения властей Донецкой Народной Республики на вопрос о том, что изменилось в самопровозглашенной республике и что ее ждет дальше, при этом характерно, что отдельные спикеры высказали личное недовольство относительно ряда проблем.

Бывший замминистра иностранных дел ДНР Борис Борисов четко выстраивает «свой» медиаобраз обсуждаемой территории, главными чертами которого являются следующие:

- ДНР как несостоявшееся как суверенное государство;
- военная диктатура с элементами имитации парламентаризма;
- сочетание «черт протектората, колонии и подмандатной территории Российской Федерации»;
- нарушение прав жителей ДНР на убежище, на политические собрания;

Подачу новостной информации российских СМИ раскритиковала лидер Союза политэмигрантов и политзаключенных Украины Лариса Шеслер: *«Российские СМИ, говорит выступающая, создают впечатление, будто беженцы ленивые и объедают коренных жителей, хотя на самом деле на них выделяли небольшие суммы и селили в отдаленных регионах с тяжелыми условиями жизни. Кроме того, оказавшись в России, люди столкнулись с бюрократическими препонами: политическое убежище получить почти невозможно. Другая «катастрофа» — отмена льготных 90 дней на проживание без регистрации»* [16].

Критикуя работу российских журналистов, Лариса Шеслер отмечает нежеланную встречу дончан в России. Бывший же замминистра Борис Борисов категорически не доволен рядом вопросов, из-за которых медийный образ Донбасса находится в плохом положении.

В 2014 году, в период военных действий, Донбасс еще находился в полной финансовой зависимости от Украины. Однако, в скором времени пре-

зидент Петр Порошенко принял решение прекратить работы бюджетных учреждений в зоне антитеррористической операции и приостановить обслуживание банковских счетов. В статье «Донбасс отрезают от Украины» от 2014 года Владимира Дергачева раскрыта основная суть нового указа, а также были предположены шаги развития юго-восточного региона в будущем после вступления в силу указа «О неотложных мерах по стабилизации социально-экономической ситуации в Донецкой и Луганской областях».

Данный указ может в полной мере разрушить социальную инфраструктуру ДНР, которая, несмотря на военный конфликт, до последнего была связана парадоксальным образом с Киевом: например, часть налогов все еще шла в столицу, откуда начислялись, например, социальные пособия. *«Все это происходит на фоне проблем фактических властей Донецка и Луганска с созданием полноценной финансовой системы: в ДНР и ЛНР до сих пор в ходу гривна и в этом смысле зависимость от Киева сохраняется. Отрезание сепаратистов от банковской системы может полностью уничтожить социальную инфраструктуру в регионе и заставить самопровозглашенные республики перейти на бартер и наличные расчеты либо вовсе ввести распределительную систему»* [18]. С помощью данного отрывка показана тяжелая экономическая ситуация ДНР, находившаяся ранее в полной зависимости от Украины, а сейчас страдающая от безысходности.

В статье за 2014 год «Рубля нашего в Донбассе не будет» изложен ряд причин на вопрос : почему Москва избегает введения российской валюты в «народных республиках?», авторами которой стали Владимир Дергачев и Александр Орлов, одной из главных причин является отсутствие в республике центра эмиссии денежных средств, поэтому единственный выход – это ввоз денег из-за рубежа: *«Официально же перевести ЛНР и ДНР на рубль нельзя, потому что там придется держать штат сотрудников ЦБ (фактически открывать филиал) для поддержки и оценки достаточности наличных средств»* [20].

Спикер Верховного совета ДНР Борис Литвинов, говоря о работе банка ДНР и возможной валюте, сравнивает исследуемую территорию с Абхазией и Южной Осетией: *«... и тут и там де-факто основной валютой является российский рубль, но сколько денег находится на руках населения, точно не скажет никто. Местные жители ездят за покупками и для продажи своих товаров в Россию, где и меняют старые купюры на новые»* [20]. Экономическая сторона медиаобраза республики находится в непонятном, ветхом состоянии, ведь российские дотации не могут быть вечными.

Донецкая промышленность играет одну из важных ролей в финансовой системе самопровозглашенного государства, т.к. большинство жителей работают именно на угольных и металлургических предприятиях и живут за счет вывоза угля, который полулегально отправляют в подконтрольные Киеву регионы Украины. *«Здесь же есть только уголь — легальные шахты и нелегальные копанки. России это не нужно, у нас огромное количество шахт было закрыто. Но Украина может заплатить гривной. Они тихо поставляют украинцам уголь, а те платят. Россия может поощрять угольные сделки, ими как раз занимаются люди, которых поставила Москва»*, — отметил замдиректора Центра политических технологий Алексей Макаркин [20]. Каждая из действующих сторон ищет для себя какую-то выгоду: донецкие шахты возобновляют работу по добычи угля, Украина получает этот самый уголь, а Россия обретает свои миллионы. Однако, как указывает Макаркин, создание фонда восстановления Донбасса в одиночку Россия не потянет, Верховная рада Украины, в свою очередь, не позволит президенту выделить деньги без гарантии контроля над территориями, а ЕС в обход Киева финансированием восстановления Донбасса не займется. Исходя из комментариев, медиаобраз данной территории может формироваться за счет отношения других стран к данному региону. Россия, желающая получить территорию с «работягами» и хорошим как с финансовым, так и промышленным потенциалом, в результате видит обратное и сомневается в своих намерениях забрать регион с разрушенной инфраструктурой: *«Настроения российских чиновни-*

ков лишний раз демонстрируют, что и финансовая помощь из Москвы также маловероятна» [20]. Такой исход для «большой» страны не совсем удовлетворителен. В данном случае оказывать огромную и серьезную помощь «невесомому» региону не считается целесообразным. Со своей стороны Украина ведет настоятельную борьбу и в итоге пришла к политике изоляции и блокаде.

Анализируя экономическую ситуацию в Донбассе, авторы Владимир Дергачев и Дмитрий Кириллов статьи «Влезь или умри», подчеркивают вину Украины (Киева): *«Киев жестко блокирует все пути на неподконтрольные территории, стараясь полностью перевалить экономическую и социальную ответственность на российских кураторов. Мол «хотели независимости – получите»* [19]. Такая позиция украинских властей подрывает жизнь дончан. Из-за отсутствия работы, перебоев с гуманитарной помощью, наконец, из-за войны обычные люди, особенно социально незащищенные, влечат жалкое существование: *«...цены здесь в разы выше даже не киевских, а «прифронтовых» мариупольских, краматорских, константиновских. Свинина на рынке в Краматорске стоит 70 грн, в Донецке — 130 грн. Мясо для бедных — охлажденная курятина — до ДНР в принципе не добирается, здесь в продаже только замороженные куриные субпродукты»* [19].

Так как Украина начала устраивать некую торговую блокаду, Донбасс ожидает помощи со стороны России, однако и тут возникли трудности: *«Магазины понемногу заполняют российские напитки, консервы и товары длительного хранения. Но нужно понимать, что в России все больше — и цены, и зарплаты. На практике это означает, например, что двухлитровая бутылка российского пива в Донецке стоит 75 грн, а такая же украинского в Мариуполе — 24 грн. Со всеми издержками доставки даже через Россию получается, что такие перевозки — золотая жила для «серых» транспортных схем»* [19]. Разумеется, во время войны каждый человек выживает как может, кто-то чистым и непосильным трудом зарабатывает копейки, кто-то живет на

пенсию в размере 1000 грн. (= 2000 руб.), а кто-то занимается «черным рынком».

Таким образом, можно сказать о том, что отсутствие финансовой системы и неопределенный статус территории ожидаемо приводят к тому, что местная экономика строится на «крышевании» местного бизнеса и выживших производств военно-политическими группировками. С экономической точки зрения медиаобраз ДНР характеризуется плохим состоянием, противоречивым и непонятным. С одной стороны, во всем виновата киевская блокада, а с другой сами «республиканцы» в один момент могут ограбить своих же. Они не в силах создать прочную и независимую от Киева финансовую систему, списывая все проблемы на войну и умыслы украинских властей.

В статье «Война ограбила Украину», посвященной проблемам экономики Украины, Антон Линник упоминает Донецкую Народную Республику. Самопровозглашенная территория, где происходят военные действия, выступает как одна из причин падения ВВП, сокращения промышленного производства и роста инфляции на Украине: *«Например, вместо спрогнозированного роста ВВП в 2014 году на 3% он упал на 6,8%. Большая часть промышленных мощностей расположена на востоке страны, часть из которых вынуждены были остановить работу. Связано это с постоянными обстрелами заводов и фабрик. Предприятиям, которые расположены на подконтрольных самопровозглашенным республикам ДНР и ЛНР территориях, тяжело поставлять товары на экспорт из-за сложностей с логистикой. По данным Государственного комитета статистики, в июне промышленное производство в Донецкой области сократилось на 46,6%, а в Луганской — на 78% по сравнению с аналогичным месяцем прошлого года»* [30]. С точки зрения экономического упадка на Украине, медиаобраз Донбасса репрезентируется как большой промышленный регион, играющий очень важную роль в украинской финансовой системе, без которого экономика Украины достигла плохого состояния. По сути дела, Украина и Донецкая Республика находятся в тяжелом экономическом положении: Киев реализует принцип отказа от

промышленных мощностей юго-востока, а Донецк, в свою очередь, страдает от переизбытка угля, металла и т.п.

На сегодняшний день количество непризнанных и частично признанных государств в мире растет, Донецкая Республика находится среди них в самом тяжелом положении, непризнанная никем из государств – членов ООН, в отличие от Косово, Южной Осетии или Абхазии. Такой исход создает большие проблемы для экономической деятельности и для жителей. «Газета. Ру» опубликовала инфографику «ДНР, ЛНР и другие непризнанные государства», наглядно демонстрирующую сложную ситуацию международного признания (См. приложение 1).

В статье «Донбасс на шее» журналиста Петра Орехина (2015 г.) медиаобраз ДНР включает такие составляющие, как:

- слаборазвитый регион, не имеющий официального статуса;
- неспособность привлекать инвесторов и заниматься торговлей с внешним миром;
- большая численность населения как фактор больших расходов;

Автор называет несколько вариантов дальнейшего развития региона: *«Видимо, в том числе и поэтому Москва старается тем или иным способом оставить Донецк и Луганск в составе Украины. В этом случае забота о Донбассе будет лежать на Киеве и хозяевах металлургических и угольных компаний, например на Ринате Ахметове. Получается, что худший вариант для ЛНР и ДНР — это статус непризнанных государств, поскольку внешние рынки окажутся для них закрыты, а финансовая помощь Москвы будет недостаточной»* [34]. Иногда находящаяся в смятении республика делает громкие заявления, тем самым подчеркивая, что ее голос важен. Однако можно ли считать порой разумными эти решения?

На примере статьи Алексея Топалова «ДНР меняет уголь на газ» рассмотрим, как Донецкая республика оценивает свой экономический потенциал. Как пишет автор, *«в сложившейся ситуации, по словам Пушилина, ДНР способна сама оплачивать потребляемый газ. «Предприятия открываются,*

*налоги поступают», — пояснил полпред Донецкой республики» [29]. Рассчитав затраты, автор делает вывод, что суточное обеспечение Донбасса обходится России примерно в \$2,47 млн. Глава Фонда национальной экономической безопасности Константин Симонов указывает на неспособность республики платить России деньгами, однако, есть выход из этой ситуации - поставка газа по бартеру. Но остается вопрос: как долго Россия готова помогать при таких условиях? Иная точка зрения на такое заявление ДНР у профессора высшей школы экономики политолога Николая Петрова: *«Таким образом проявляется усиливающаяся субъектность Донецкой народной республики. Она все больше отходит от Украины, которая не хочет оплачивать ей газ»* [45]. Анализ публикации позволяет утверждать, что медиаобраз исследуемой территории включает в себя представление о ДНР как о республике, готовую на резкие, опрометчивые шаги, вечно нуждающейся в помощи соседнего государства. Оценивая ситуацию в Донбассе и действия донецких политиков, можно сделать вывод, что самопровозглашенное государство сначала говорит, а потом думает. Власти ДНР не всегда выбирают правильный стратегический путь, поэтому чаще в «нужное русло» их направляют российские профессионалы эксперты, политологи, имеющие большой опыт и знания в этой сфере.*

Среди огромного количества журналистских текстов «Газеты.Ru», рассказывающих о военных действиях, политике, экономике и промышленности Донецкой Народной Республики редко, но появляются публикации, например, спортивной тематики. В начале боевых действий многие спортивные клубы вынуждены были переехать на территории, подконтрольные Киеву для продолжения участия в соревнованиях. Однако, есть команды, которые, несмотря на военные действия, остались и активно занимаются спортом. С 2015 года в рубрике «Спорт» появляются статьи, интервью и новостные заметки о спортивной жизни в ДНР.

В интервью «Газете. Ru» «Украина сама отрезала спортсменов ДНР» министр спорта ДНР Михаил Мишин рассказал корреспонденту Александру

Седову об организации работы в его ведомстве, о состоянии инфраструктуры и о трудностях, с которыми сталкиваются спортивные федерации.

Медиаобраз ДНР в этом ключе предстает как территория с сильной спортивной инфраструктурой и базой: *«У нас очень много стадионов, много дворцов спорта, плавательных бассейнов, ледовых катков. Практически все они на месте, сейчас начинают функционировать, и даже новые начинают открываться»* [40].

Несмотря на тяжелую экономическую ситуацию, финансирование министерства спорта поддерживается не только средствами поступающими из госбюджета, но и за счет энтузиазма родителей и спонсоров: *«Вот ледовый каток в том году мы открывали за счет средств родителей. Тем, кто занимался ледовыми видами спорта, была команда перебираться на Украину, однако родители подходили, говорили, что хотят остаться здесь, поскольку Донецк — их родина»* [40].

В регионе также наблюдается эмоциональный и идеологический подъем, так как многие жители заинтересованы в занятии спортом, посещении цирков, театров. Обычному гражданину Донецка в период военных действий, уставшему от звуков летящих снарядов, иногда просто необходим культурный досуг и тишина.

По поводу футбольных баз и стадионов министр спорта ДНР Михаил Мишин говорит о постоянной работе по восстановлению разрушенной спортивной инфраструктуры: *«У нас много разрушенных стадионов и зданий, которые надо ремонтировать и восстанавливать. Например, полностью разрушен шахтерский Дворец спорта. Частично власти и население помогли его отремонтировать: поставили пластиковые окна и двери. Сейчас необходимо закрыть крышу, чтобы за зиму все не пропало»* [40]. Этот эпизод показывает неравнодушное и заботливое отношение донецкого правительства к своим жителям. Вопреки военным провокациям спортивная жизнь Донецка набирает обороты: участие спортсменов в крупных международных соревно-

ваниях, развитие параолимпийских и других видов спорта, создание новых команд.

Репортаж Борислава Головина «ДНР как чемпион Новороссии» показывает читателю как самопровозглашенные республики спустя долгое время могут снова забивать голы и радовать зрителей. *«На арену пришло около 3,5 тыс. болельщиков... Но те, кто все-таки выбрался на футбол, или на трибуны с семьями, флагами и, судя по всему, хорошим настроением. Все-таки люди в прифронтовом городе отвыкли от праздничных мероприятий, а тем более от большого футбола»* [14]. Борис Головин ставит акцент на человеческих эмоциях, чувствах для более четкого понимания аудиторией медиаобраза Донецкой Народной Республики. Ведь регион вопреки войне пытается жить и вносить яркие краски в постоянную серую рутину. Помимо эмоций, действий, которые передает автор с места событий, в репортаже включены и комментарии донецких пользователей Twitter: *«Товарищеский матч по футболу между ДНР и ЛНР. Наши победили 4-1. pic.twitter.com/YsZoXuEMnb — иван львовский (@lvov80) 8 августа 2015»*. На вопрос «Кто выступает за сборную ДНР? Есть ли в составе профессионалы?» министр молодежи, спорта и туризма самопровозглашенной Донецкой народной республики Михаил Мишин ответил: *«Все они местные ребята. Раньше эти футболисты играли в первенстве области, кто-то даже засветился в украинской премьер-лиге. Скажу больше, за сборную ДНР сегодня выступал темнокожий футболист Перес Агонга, парень из Нигерии. Он уже давно живет у нас, женился на местной девочке. Агонга наш, дэнээровский!»* [14]. Международный контекст очень важен в формировании медиаобраза территории. Например, футболисту Пересу Агонга из Нигерии нравится жизнь в Донецке и отношение к региону положительное.

Другим международным политическим примером служит статья Фариды Бектемирова в 2015 году «Деньги Снеговика ушли в Донбасс». Основная суть публикации заключается в пожертвовании Джеффом Монсоном денежных средств за бой Донбассу. *«Сегодня я дрался не за деньги. Это не главная*

цель моего боя. Весь гонорар от поединка я жертвую людям в Донбассе, тем, кто любит Россию, и детям, страдающим от войны», — сказал спортсмен» [10]. Джефф Монсон, также, призвал всех собравшихся в зале брать с него пример и оказывать помощь пострадавшим на юго-востоке Украины. Таким образом, мы видим, что вне зависимости в какой стране человек живет и какие у его страны политические убеждения, человек все равно должен обладать чувством сопереживания, доброты и взаимопомощи.

В заметке «Монсон провел мастер-класс для национальной команды ДНР по боевому самбо» сам боксер отмечает: *«Поможет ли сборной ДНР в подготовке к чемпионату России эта тренировка? Это грэпплинг. И все эти позиции ребята могут использовать и в самбо. Я очень надеюсь, что эти спортсмены прославят Донбасс, а тренировка поможет им добиться успеха» [32].*

В результате эмпирического анализа данного издания, медиаобраз в «Газете. Ru» формируется благодаря экспертным мнениям, прогнозам и опирается прежде всего на рациональный подход. Политическая оценка преобладает над гуманистической составляющей.

С позиции «Газеты.Ru» ДНР представляется как слабая структура, претендующая на государственное образование, поскольку политические цели и пути их достижения неопределенные и сомнительные. При этом ДНР показывается как территория братская и тесным образом связанная с Россией, где каждый русский рассматривается как «свой».

2.4. Медийный образ Донбасса в общественно-политическом издании «Новая газета»

Изданием «Новая газета» в период с 2014 по 2018 год было опубликовано 561 медиатекст аналитического содержания в рубриках: «Расследование», «Сюжеты», «Репортажи», «Мнения».

Освещение военного конфликта на Донбассе в «Новой газете» носит нейтральный и редко негативный характер. Авторы медитекстов выражают

субъективное мнение касательно того или иного процесса, события, личности, употребляют негативную лексику для того, чтобы вызвать яркие и определенные эмоции.

Среди всех, приведенных для эмпирического анализа, изданий «Новая газета» обозначает донецких правителей и военных как «сепаратистов».

Сепаратизм - это политика и практика отделения части территории государства с целью создания нового самостоятельного государства или получения статуса автономии. С одной стороны данное явление основывается на международном принципе права народов на самоопределение и часто характеризуется национально-освободительными движениями, а с другой сепаратизм ведет к нарушению международных принципов суверенитета.

В 2014 году обозреватель Юлия Латынина в статье «Заметки с полей невойны» излагает свою правду мира Донецкой Республики. В заголовке автор прибегает к антитезе «война-невойна», сравнению с «совком», благодаря двум приемам в начале текста, уже складываются пазлы медиаобраза Донецка, одни из которых носят в себе абсурдность и тоталитарный режим.

Образ «сепартиста» в тексте представлен следующими фразами: *«В Донецке пенсионерки, (на внутреннем жаргоне сепаратистов – «вязаные»), титишки, гопота и городские чудаки. В Донецке с сепаратистами ведут переговоры, и это правильно, потому что они сами не знают, как сдать назад: дело-то уголовное»* [29]. Автор прибегает к негативным лексемам в отношении высших чинов провозглашённой Донецкой Республики, тем самым подчёркивая своё отрицательное отношение к этому вопросу. Стоит отметить, что это авторская субъективная оценка, поэтому она может не совпадать с действительностью.

Обратим внимание на говорящие подзаголовки в статье: «Луганда и Донбабве», «Лже-ГРУ», «Кавочку принесли?», «Бендеровцы», «Уважаемый». Каждый из них содержит в себе критическую информацию, связанную со статусом региона, с абсурдными действиями политиков, глупой ненавистью жителей Донецка к украинцам.

Спецкорреспондент Юлия Полухина в статье «Тактика разжигаемой войны» под понятием «сепаратист» имеет ввиду донецкого военного, однако в сравнении с предыдущим материалом, в этом тексте «сепартисты» использованы в нейтральном ключе [37].

Можно сделать вывод, что журналисты по-разному относятся к понятию «сепаратист» и в целом к ситуации с ДНР. По их текстам можно сформировать мнение о том, как человек относится к непровозглашённой ситуации. Из-за специфики «Новой газеты» большинство исследуемых нами материалов имеют субъективный характер изложения, тем самым формируя у читателя определённую точку зрения, которой придерживается это издание.

Мы считаем, что определение «сепаратисты» может иметь разные оттенки смысла. Несмотря на то, что под сепаратистами понимаются члены, которые отделились от государства и признали свою независимости, с разных сторон это может быть воспринято по-разному, в зависимости от лагеря, к которому примыкает человек.

2.5. Специфика конструирования медиаобраза Донецкой народной республики в украинском интернет-издании «Апостроф»

С 2014 по 2018 год на сайте было опубликовано 706 записей. Большинство публикаций носят новостной характер, однако, часто присутствуют аналитические статьи.

Тематика новостных материалов – это отчеты о военных действиях, о положении украинской армии, об итогах встреч политиков. Аналитические статьи, в свою очередь, посвящены таким проблемным аспектам: статус Донбасса и его положение, жизнь и настроения общества.

В ноябре 2014 года в Донецкой Народной Республике прошли выборы руководства. Журналист Яна Гериева в репортаже «Пусть Украина к нам даже не суется» рассказала о процедуре выборов, о настроениях жителей Донбасса по этому поводу и об отношении Украины к выборам. В репортаже присутствуют субъективные и оценочные суждения.

Автор начинает свой репортаж с описания «выборной» атмосферы, царившей атмосферы в тот день: *«Голосование проходило в лучших советских традициях: с огромными очередями за час до открытия избирательных участков и с минимумом кандидатов. Было всего семь часов утра, а возле избирательных участков уже стояли избиратели. Притопывая ногами на холоде, старики наотрез отказывались воспринимать увещевания родственников о том, что можно прийти сюда вечером и спокойно проголосовать без очереди и нервов»* [13].

Также, ставится акцент на аудитории, которая пришла проголосовать. В основном, это были пенсионеры: *«Две женщины сравнивали очереди на выборы с очередями за гуманитаркой. Пришли к выводу, что очереди примерно равны по размерам. «Но за гуманитаркой молодежи стоит больше, а тут преимущественно люди старшего возраста», – подметила одна дончанка. Действительно, молодых людей от 16 и старше, которым разрешили голосовать 2 ноября, в очередях почти не наблюдалось – в основном стояли люди в возрасте от 60 лет»* [13]. Точно сказать, что именно хотел этим сказать автор нельзя, но можно предположить, что смысл данных фраз состоит в том, что донецкая молодежь в меньшей степени заинтересована в политике своего региона. Так как на сегодняшний день подростки почти не смотрят телевизор, не слушают радио, они отдают предпочтение общению в социальных сетях, что не характерно для людей старшего поколения. Для успешного развития «новому» государству всегда будут необходимы молодые специалисты с интересными предложениями, но, судя по явке на выборах, которые решают дальнейшую судьбу региона, таких кадров будет мало.

26 октября в Украине ежегодно проходят выборы в Верховную Раду, тем временем в Донецке власти самопровозглашённой республики запретили проводить выборы в парламент «чужой страны». Вопреки запрету, все же нашлись люди, которые хотели бы принять участие в голосовании: *«Впрочем, это заявление не помешало появиться на центральных улицах Донецка растяжкам с рекламой политических партий – левых сил и «Оппозиционного*

блока». *Да и социально-активные донецкие пенсионеры накануне интересовались друг у друга, не откроется ли где-то хотя бы один избирательный участок. И были слегка недовольны тем, что украинские выборы в ДНР не состоятся. Видимо, сказывалось желание пойти и проголосовать. Неважно за кого. Главное – участие...»* [13]. Автор доносит до читателя мысль о том, что в регионе есть люди, для которых важны связи с Украиной, несмотря на вражеские военные действия, жители не могут так резко изменить свою позицию в отношении Украины. Желания людей пойти на украинские выборы считается вполне разумным, так как все ранее жили при Украине и за несколько месяцев отрезать себя от фактической родины, будет очень странным решением. Судя по отношению людей к данному событию, медиаобраз ДНР наделен таким качеством как отсутствие единства: одни яро протестуют «*долой Украину!*», вторые придерживаются мнения «*все-таки в составе Украины лучше*», а есть те, кто относится к данной ситуации нейтрально. При таких позициях людей медиаобраз Донбасса выглядит противоречивым, ведь в демократическом государстве будущее решает не только власть, но и, конечно же, граждане.

Напомню, что помимо выборов в Донецке был референдум, который состоялся 11 мая 2014 года. О том, какие последствия ожидали Донбасс через год после референдума, рассказал корреспондент «Апострофа» Сергей Курганов в публикации «*Год после "референдума"*». Описывая место, эмоции людей, процесс голосования, автор допускает личные суждения: «*На картинке — радостные лица, выкрики "Наконец в Россию!", кто-то красиво всплакнул от избытка чувств. Позвольте, интересовался я, причем здесь Россия, если вопрос на "референдуме" звучит как-то иначе. "Поддерживаете ли вы акт независимости Донецкой народной республики?"*» [27]. Сергей Курганов замечает в мыслях донецких жителей абсурдность подмены понятий, непонимание того, за что именно они голосуют.

Причем несуразным считает не только идейные взгляды жителей, но и работу городских властей, милиции, армии: «*Не понимаю городские власти,*

которые официально запретили проводить нелегитимное голосование, а неофициально предписавшие предоставить помещения для плебисцита. Не понимаю милицию, которая молча наблюдала издали за "референдумом" — "во избежание провокаций", так в органах правопорядка потом охарактеризуют свое бездействие. Не понимаю армию, которая хаотично металась где-то между Луганском и Славянском» [27]. Журналист не понимает неопределенную позицию действующей власти, поведение которой логически сложно обозначить.

Процесс голосования, исходя из слов корреспондента, выглядел довольно странным, мутным и нелепым: «Бюллетень — половинка листа формата А4. С вензелями, без печатей и голограмм. Сколько их отпечатали? ...проголосовать можно без паспорта, без донецкой прописки, без присутствия человека на избирательном участке. Голосовать можно было неограниченное количество раз. Я даже развлекся: Иванов Иван Иванович из города Иванова паспорт серии ХХ123456 четыре раза оказался противником всяческих "республик-новообразований". удивительную оперативность в доставке бюллетеней из дальних уголков Донецкой области, где уже шли бои, объяснили счастливым стечением обстоятельств. Скоростной подсчет голосов — нечеловеческими усилиями считающих. Однако журналисты не увидели ни опечатанных бюллетеней, ни процесса подсчета — ни-че-го!» [27]. Донецкая Народная Республика предстаёт как юридически несформированная структура, что влияет на медийный образ в целом.

Спустя два года после того, как прошел референдум Максим Тарасов в статье 2016 г. «Приказано отпраздновать: как в ДНР готовятся отметить годовщину "референдума"» подверг критике министерство культуры, а также идеологию государственной власти: «К важной дате множество планов: боевики из последних сил постараются захватить хотя бы 100 метров "серой зоны" о большем никто и не мечтает; в какой-нибудь шахте откроют "новую" лаву ("властям" очень нравится перерезать красную ленточку там, где это давно сделали, только под украинским флагом), в школах проведут

тематические уроки, а бюджетников сгонят на митинги и собрания. Естественно, будет тьма-тьмущая развлекательных мероприятий» [43]. Уже в лиде наблюдается субъективная оценка автора происходящего в регионе. Помимо негативного отношения, чувствуются и ноты сарказма, журналист употребляет несколько важных слов в кавычках, тем самым намекая на абсурдность действий Донецкой Республики: «серая зона», «новая», «власти».

Организацией предстоящего мероприятия будет заниматься министерство культуры ДНР, корреспондент Максим Тарасов останавливается на этом пункте отдельно и приводит несколько интересных фактов, из которых следует, что профессиональных деятелей в этой области нет и пока не будет.

Так как медиаобраз территории включает в себя культурный аспект, автор сравнивает его с анекдотом о «прачечной», обращаясь к истории бывших «правителей» данного министерства: *«Первым "министром" была Наталья Воронина, трудилась три дня, а когда ее мужа арестовали за хищения, на работе не появилась. Ее сменил некто Юрий Лекстутес. В декабре 2014 года "УБОП ДНР" отправил Лекстутеса в подвал за продажу оружия и контакт с одноклассником из "Азова". Известно также, что именно он с боевиками "Востока" "отжал" транспорт у трех театров. Третьим "министром культуры" стал баритон Донецкой филармонии Александр Парецкий. На "министра" также было заведено уголовное дело - за превышение полномочий, увольнение нескольких сотрудников» [43].* Познакомившись с фактами из биографии каждой личности, аудитория формирует негативный медиаобраз. Начиная с 2014 года, в период военных действий в правительстве начался хаос, мародерство, предательство, появлялись различные отряды со своими «правилами» и только потом через какое-то время жители выбрали Александра Захарченко. По сути, если выбран глава, то должен наступить порядок на местах, однако, появляется вопрос: насколько правильно и законно действует нынешнее правительство?

«Сейчас обязанности министра выполняет экс-заместитель Парецкого Михаил Желтяков. Говорит он более или менее связно, однако несет та-

кую ахинею, что делается не по себе. Желтяков – чиновник со стажем. Поэтому все его доклады пестрят цифрами, сводками, отчетами. Начинаешь читать, аж скулы сводит – сплошное благолепие. Всегда подчеркивает, что есть повод для гордости – в ДНР все не так, как в Украине. Однако пилит бюджет "республики" Желтяков умело. Сейчас идет восстановление краеведческого музея, на что выделено более 2 миллионов рублей. Сведущие люди полагают, в карманах "министра" осядет круглая сумма» [43]. Максим Тарасов для яркости образа прибегает к таким приемам как использование жаргонизмов («несет ахинею», «пилит бюджет», «в карманах осядет»), фразеологизмов («аж скулы сводит», «сплошно благолепие»).

Необходимо обратить внимание на идеологическую составляющую, несмотря на долгожданное провозглашение республики, жители находятся в не полном восторге, жалуются на постоянный фанатизм со стороны властей: *«Учителя, всегда усердно выполняющие любое указание, начали роптать: "Как надоел этот лжепатриотизм! некогда уроками заниматься". А в горно пожаловались, что местный деятель культуры, из "идейных", требует от педагогов: "Определитесь, а то я знаю, что некоторые сидят на двух стульях", имея в виду проукраинские взгляды". У нас уже рябит в глазах от билбордов, славящих ДНР и ее лидера, от роликов, документальных фильмов и песен-плясок в кокошниках или камуфляже. У людей не хватает на хлеб, а им концерты забабахивают, с приглашением артистов»* [43]. В театрах, музыкальных школах, клубах, библиотеках «линия партии» одна – «слава ДНР» и ее вождю. При этом все очень боятся проявить «недостаточную активность». В медиаобразе Донецкой Народной Республики видна четкая идеология фанатизма, которую всем и всюду пропагандируют, но действенной ли она будет, если многие дончане либо видят в ней некий абсурд, либо вовсе с ней не согласны.

На сайте «Апострофа» отражается динамика медиаобраза, усиливаются негативные черты, характеризующие процессы в ДНР: коррупция, безответственность, политическое давление на граждан.

В 2017 году эту же тему подверг анализу Артур Гор в статье «На Донбассе уже клянут Россию и ДНР: разочарованы даже известные сепаратисты». Отличительной особенностью данной публикации стал вопрос о материальном благосостоянии жителей Донбасса. До процесса национализации предприятий, некоторые из них были зарегистрированы на Украине, и заработная плата, соответственно, была в гривнах, на предприятиях же, полностью подконтрольных боевикам, расчет осуществлялся в рублях. Вскоре, когда все республиканские предприятия перешли под власть непосредственно Донецка, экономическая ситуация ухудшилась: *«Когда завод был под Украиной, чистыми на руки я получал 5 тысяч гривен. В прошлом году завод закрылся, оставили только обслуживающий персонал, в том числе и меня. Зарплату сохранили. Теперь, после того как завод "национализировали", зарплату пересчитали, за апрель я получил те же самые 5 тысяч, но только не в гривнах, а в рублях. "Республиканский центр занятости ДНР" особо не балует жителей "молодой республики" пристойными зарплатами. Например, в оккупированной Амвросиевке предлагают вакансию инженера по охране труда за вознаграждение в 7 тысяч 400 рублей. Аналогичному специалисту, но в украинском Мариуполе, за такую работу обещают 7 тысяч гривен»* [15]. Таким образом, выясняется, что при Украине жители прекрасно себя чувствовали в финансовом плане, что не скажешь о существовании под властью Донецкой Республики.

«Разочарование» - так обозначил автор один из критических пунктов своей статьи. Здесь медиаобраз Донецкой Народной Республики не находит поддержки со стороны своих граждан: *«Настроения далеки от восторженных: отсутствие гуманитарки, полная печаль с работой, мизерные пенсии и зарплаты не способствуют народной радости. Активистам от "республики" уже все труднее втирать людям о будущем процветании, ведь работники стоящих шахт и заводов рассказывают всю правду-матку: кто как работает, кто сколько получил, — добавляет Виталий Егоров. Но самое интересное в том, что найти тех, кто ходил на референдум 11 мая, уже трудно.*

Кого не спроси – не ходил, уезжал из города, не голосовал. Типа никто ни при чем. Поэтому тут не до праздников, но праздновать надо, ведь есть задача и распоряжение всех ведомств» [15]. В отрывке детально описываются позиции большинства дончан, увязших в безработице, поддержке как со стороны жителей, так и с международной стороны.

Статья Ирины Лопатиной, Яны Гериевой и Вероники Гаврилюк «Сотни тысяч людей находятся на грани голода» посвящена гуманитарной катастрофе - «голодному бунту». Вследствие урезанных социальных выплат многие жители оказались в безвыходной ситуации. Корреспонденты, стоя в очереди за гуманитарной помощью, фиксируют живые эмоции и мысли пенсионеров: *«Для бабушки стараются! – ехидно замечает кто-то из толпы. – Документы стариковские покажут, а гуманитарку сами слопают. Очередь из примерно двухсот человек настроена не очень дружелюбно. Поводов радоваться мало. Тридцать лет на шахте! Тридцать лет – и все для того, чтобы стоять тут за пайком! Нас заставляют выживать, как в войну. Только немцы гуманнее были!»* [31]. Любая проблема всегда может быть раскрыта с нравственной точки зрения, это помогает читателю глубже проникнуть в суть медиаобраза территории. Ведь не каждый человек, обладая узкими знаниями в сфере политики, может уловить всю суть статьи данного характера, но если журналист пишет о проблемах через истории конкретных людей, вставляет их яркие и живые комментарии, разумеется, читающий вполне целостно может представить в своей голове медиаобраз.

Как правило, страдающим от голода, безработицы людям всегда помогают волонтеры. В репортаже Яны Седовой 2015 года «Люди удивляются, что мы не каратели» речь идет о запуганности людей, недоверии к лжеволонтерам, об отсутствии поддержки со стороны властей и о российской пропаганде: *«Школьница из Марьинки открывает новогодний подарок и радостно говорит своей маме: «Ого, сколько конфет!». В ответ та, затягиваясь сигаретой, скептически комментирует: «Смотри, чтобы там не было гранаты». Но девочка, кажется, не обращает внимания на эти слова и угощает*

конфетой украинского солдата, стоящего неподалеку» [31]. Данный эпизод крупным планом описывает отношение детей и взрослых к помощи волонтеров и украинских военных. Страх, настороженность или неприязнь - типичные реакции местного населения.

«До и после войны» - так озаглавлен один из подпунктов репортажа. Объектом наблюдения стал прифронтовой поселок Марьинка, где постоянно идут бои и практически нет людей и их жилых домов: Объектом наблюдения стал прифронтовой посёлок Марьинка, где постоянно идут бои и практически отсутствуют люди: *«Многие при виде волонтеров начинают плакать, жалуется, что иногда по-прежнему случаются обстрелы, что нечем отапливать дома, что их взрослые дети или сидят тут же в Марьинке, или так далеко, что увидеть их нет никакой возможности. Для местных жизнь разделилась на две части – до и после войны. И война для них пока еще не окончена»* [31]. Отчужденность, как одна из ключевых характеристик жителей этой территории, присуща и медиаобразу Донбасса в целом.

Помимо недовольств жителей, замечена и критика российских СМИ. Возможно, автор хотел намекнуть и на некое зомбирование людей со стороны донецких властей: *«Почти все спрашивают, когда прекратятся бомбежки, – говорит Майя. В целом настроение – не оптимистичное: люди жалуется, что государство их забыло, что им никто не помогает. После первых слов благодарности начинают проскальзывать российские пропагандистские фразы о том, что Украина хочет их уничтожить, что во всем виновата украинская армия. Наверное, удивляться здесь нечему, ведь местные жители продолжают смотреть российские каналы, украинские тут не работают – представители “ДНР” их глушат»* [31].

Стереотип может выступать как одна из частей, формирующих медиаобраз территории: *«Но Майе очень хочется верить, что благодаря помощи волонтеров и работе СИМІСа люди все же меняются. Она в Марьинке уже в третий раз и видит, что стереотип о «киевских карателях» медленно, но все же удаётся разрушать»* [31]. Разумеется, негативное отношение к

киевским властям со стороны дончан можно понять, ведь, по мнению многих, именно Киев виновен во всем и пытается убить их. Но у большинства людей ненависть не только к верхушке, но и к обычным людям, проживающим в центральной и западной Украине. Такую позицию негативно настроенного человека можно объяснить воздействием СМИ на его сознание. Выше было сказано об отсутствии украинского телевидения на юго-востоке, днем и ночью в каждом доме смотрят прямые эфиры только российских телеканалов и телевидения ДНР. Фотографии жертв, озлобленная реакция украинских батальонов и ожидания в стиле «Россия сильная и нам поможет» всегда будут только усугублять ненавистное отношение граждан к Украине. Таким образом, в репортаже «Люди удивляются, что мы не каратели» украинское СМИ «Апостроф», помимо формирования медиаобраза Донецкой Народной Республики, создает и критический медиаобраз России. Украинские СМИ рисуют медиаобраз России как жесткого пропагандиста, настраивающего людей против них, как лжеобозревателя, внушающего донецким жителям позицию «во всем виновата украинская армия».

Жительница Донецка, журналистка «Апострофа» Яна Гериева пережила события «русской весны» и спустя год в статье «Во что боевики превратили Донецк. Наблюдения очевидца» поделилась своими воспоминаниями и позициями о сложившейся ситуации в Донецке. В статье присутствует субъективная оценка, оценочные суждения, жаргонизмы, сравнения: руки маргиналов, профессиональные «титушки», недоумение и горькое разочарование, «поребрик», «правосеки», «бандеровцы», фашизм, буржуи и олигархи, хунта, менялы.

Среди воспоминаний о весне 2014 года, журналист отмечает:

- абсурдное поведение донецких и киевских властей: «Сливали» город давно, по капельке выдавливая из него украинские настроения и проукраински настроенных граждан – незаметно, потихоньку, где деньгами, а где должностями. В Донецке появились первые отряды «самообороны», которые вызвались "охранять общественный порядок". Милиции на это было

наплевать. За 2500 гривен зарплаты они не очень-то спешили что-то делать, вспоминая о том, что в России зарплата больше в три раза, а пенсия – в пять. После Майдана, который свергнул президента из «донецких», новоиспеченные лидеры в Киеве принялись настолько рьяно делить министерские портфели и кресла, что упустили из поля зрения медленно разгорающийся конфликт на Донбассе» [12];

- Донецк как туристический центр: «Зато Донецк вдруг стал популярным туристическим центром – количество не знающих города людей вдруг очень увеличилось» [12].

- особенности речи: «Характерный российский (московский) акцент, а также употребление слов «поробрик» и «ГИБДД» вместо «бордюр» и «ГАИ» резали слух. На въездах в город возникли блокпосты, на которых вместе с гаишниками («гибддшниками», как заявили новоявленные постовые) стояли общественно активные граждане Донецка. Они проверяли автобусы, видимо, в поисках «бандеровцев» и «правосеков», причем особенно активно делали это ночью – иначе как объяснить палатки, разбитые прямо на блокпостах?» [12];

- настроения жителей Донбасса: «Половина жителей города попросту не верила в то, что в ближайшем будущем что-то произойдет. «Побуянят да успокоятся», – говорили друг другу дончане. Любимым развлечением жителей Донецка стало прослушивание разговоров сепаратистов и боевиков – они вывели свои рации в открытый эфир» [12];

- активистские движения: «Между тем каждые выходные в городе проходил какой-нибудь митинг – против Майдана, против фашизма, по случаю поминовения погибших в Киеве сотрудников донецкого «Беркута», за Россию, за легитимного Януковича, снова за Россию, за федерализацию Донбасса, за Россию и еще раз за Россию. Сотни людей вламывались в здания, не встречая сопротивления» [12];

- попытки пропаганды: *«После начала АТО в Славянске развернулась масштабная пропаганда на тему «хунта решила уничтожить Донбасс». Эту песню запели российские каналы, доводя людей до исступления. В Интернете творилось нечто невообразимое. Любимым развлечением жителей Донецка стало прослушивание разговоров сепаратистов и боевиков – они вывели свои рации в открытый эфир»* [12].

Год спустя:

- Донецк теперь не цветущий мегаполис, а угрюмый город для пенсионеров;
- большие мечты о хорошем будущем в России оказались не такими, каких желали;
- междоусобная война;
- экономический блокада и гуманитарная катастрофа;
- обещания представителей ДНР оказались «пшиком».

Статья «Во что боевики превратили Донецк. Наблюдения очевидца» как можно четче через детализацию описаний, живые реплики граждан, исторические сравнения, а также ярко выраженное субъективное мнение показывает критическое состояние республики.

После проведения выборов и долгожданного референдума в 2014 году жители Донбасса, представители республики, а также политологи из различных стран задумались о том, что же ждет новообразовавшееся государство дальше?

Спустя год, пронаблюдав и проанализировав ситуацию и действия местных властей, эксперты, журналисты и политики начали предполагать свое видение будущего ДНР.

В интервью «Апострофу» «Виталий Портников: в конфликте с Россией время работает на Украину» интервьюируемый высказал свое мнение о происходящих событиях в Донецке, стратегиях России и дальнейших действиях Украины.

Недоброжелательное отношение Виталия Портникова к России наблюдается уже в первых ответах на заданные вопросы: *«Ресурсов у РФ действительно не хватает. Впрочем, нет также и понимания, как выйти из тупика. Российское руководство предпочитает жить в иллюзорном мире. Сегодня расчет главный – на то, что наступит экономический крах Украины. У России сейчас нет средств на финансирование собственных территорий, сокращаются ее ресурсы, ее возможности индексирования регионов самой РФ. Нужно сказать, что РФ – это вообще не государство, это – распределительная контора, в которой небольшое количество регионов-доноров дотирует абсолютно «нерентабельные территории. Как только у центра закончатся деньги, Российская Федерация просто исчезнет с политической карты»* [22]. Весьма категоричный медиаобраз России представляет читателям украинский журналист, заявив о великой державе как о *«распределительной конторе»*, предсказав ей в дальнейшем крах. На самом деле информацию из данного ответа можно поставить под сомнение. Американцы, европейцы и украинцы прекрасно знают о военном, промышленном потенциале, финансовой составляющей и, в принципе, о всей мощи РФ. Каким бы врагом для той же Украины она бы не была, все же в критических ситуациях Россия оказывает необходимую помощь, например, тот же кредит на поставку газа. Перечислять добрые дела Путина для других стран можно долго, но главный смысл заключается в том, что медиаобраз России будет всегда ассоциативен с таким рядом слов как: «большая», «сильная», «великая», «помощница», «Путин». Право на свободу слова, мнения есть у каждого человека, однако, можно ли считать вполне разумным комментарий украинского журналиста Виталия Портникова относительно России и ее президента, точно сказать нельзя.

О будущем Донецкой Народной Республики, Виталий говорит только при условии урегулирования конфликта и возвращения территории в состав Украины: *«Любые выплаты на территории Донбасса, как и на территории Крыма, мы можем производить только после восстановления украинского*

контроля над этими территориями, а не до этого. Если конфликт будет урегулирован, через два месяца после этого о нем никто не вспомнит. Как никто сегодня не вспоминает о конфликтах в Краматорске и Славянске. В Донецке действительно будут жить люди, политические взгляды которых будут отличаться от взглядов людей, которые живут во Львове. Это нормально» [22]. В случае обратного присоединения к Украине, медиаобраз ДНР, естественно, изменится для аудитории и, в принципе, может приобрести только хорошие качества.

В 2014 году был заявлен проект «Новороссия» Александром Захарченко, согласно этому документу, самопровозглашённые республики сохраняют свою самостоятельность. Исторически Новороссией называли территории Северного Причерноморья, которые были присоединены к Российской империи в результате русско-турецких войн во второй половине XVIII века. После революции земли Новороссии были поделены между образованными Украинской ССР и Российской СФСР.

Представленный проект не был активизирован по причине замораживания деятельности структур Новороссии, поскольку она не вписывается в план мирного урегулирования. В связке с этой темой журналист «Апострофа» Артем Дехтяренко написал в 2015 году статью «Что будет с "Новороссией": прогноз для Донбасса».

Насчет прогнозов для Донбасса эксперты высказали свое неверие. Например, Алексей Гарань, являющийся профессором кафедры политологии Киево-Могилянской академии, назвал проект «Новороссия» малореалистичным, предполагая при этом, что в некоторых городах Украины могут быть провокации на эту тему: *«Путин хотел сделать это еще год назад. Его план состоял в том, что некое подобие "народных республик" возникнет в Харькове, Одессе и так далее. Пока что этого не произошло. Будем надеяться, что не произойдет и впредь. Важно понимать, что будущее Донбасса будет определяться не псевдолидерами псевдореспублик, а в Кремле. Тем временем, заявления главарей боевиков — камуфляж, прикрытые для каких-то манев-*

ров» [21]. По мнению эксперта о дальнейшем развитии событий в Донбассе, не стоит исключать практически ни одного сценария, включая при этом и наступления боевиков.

Согласен с ним и Анатолий Октисюк: *«Думаю, что в нынешних условиях создание новой "народной республики" невозможно. Я более чем уверен, что двух субъектов Путину вполне достаточно для того, чтобы продвигать свои интересы или начать новое наступление»* [21]. Медиаобраз юго-востока Украины в будущем как самостоятельное государство нереалистично.

Корреспондент Сергей Курганов в статье «Россия вышла из доверия: готовы ли жители Донецка встречать Украину» рассматривает два исхода дальнейшей «жизни» ДНР: либо присоединиться к России, либо вернуться обратно в состав Украины.

Вариант «Россия»: *«На оккупированных территориях Донбасса уже четко сформировалось понимание – России они не нужны. Отношение к Путину там – как к предателю. Большинство живущих там мирных граждан хотят мира и лучшей жизни, при этом понимая, что все это им может обеспечить только Украина. Количество людей, придерживающихся про-украинских взглядов, там растет с каждым днем, особенно на Луганщине. Многие жители поменяли свое мнение относительно "республик". Не так быстро, как хотелось бы, но это произошло. При этом ожидать, что дезориентированные и деморализованные, безоружные, неорганизованные люди поднимутся против хорошо вооруженных банд на народное восстание – это, мягко говоря, утопия»* [28].

Долгий процесс реинтеграции ждет Донбасс, если в будущем вернется к Украине: *«При этом вопрос реинтеграции Донбасса в Украину с повестки дня не снимается. Сколько на это потребуется времени – сказать трудно. Никаких прогнозов сделать сейчас не получится. Можно лишь уверенно сказать, что это будет не быстрый процесс. Очень осторожно можно предположить, что мирная реинтеграция региона займет не меньше 3-5 лет»*

[28]. И с той, и с другой стороны будущее Донецкой Народной Республики стоит под большим вопросом. Медиаобраз территории находится в отчаянном состоянии, неспособный на данный момент прийти к одному решению.

Интернет-издание «Апостроф» акцентирует внимание на влиянии информационной войны на жителей Донбасса. В медиатекстах описывается стереотипное мышление жителей ДНР, на которых «воздействует» российская пропаганда.

Культурный аспект в «Апостроф» освещен с противоположной точки зрения, чем в «Русском репортере». Если «Русский репортер» акцентирует внимание на развитие культурной жизни на Донбассе, освещая положительные моменты (открытие музеев, возобновление работы филармонии), то «Апостроф» критикует эти проявления по типу известного фразеологизма «пир во время чумы». Журналисты считают нецелесообразным тратить финансы на менее востребованные вещи вроде восстановления памятников или организации концертов, поскольку есть более важные проблемы, которые требуют больших затрат и срочности выполнения.

2.6. Медиаобраз ДНР в украинском интернет-издании «Украинская правда»

Средство массовой информации «Украинская правда» с 2014 по 2018 год военному конфликту на Донбассе посвятило 424 публикации.

С 2014 года отношения между Украиной и Россией резко ухудшились. Причиной тому являются события на Евромайдане, присоединение Крыма к России, а также война на юго-востоке Украины. Украина на государственном уровне считает Россию «агрессором», поэтому действующая власть вырабатывает политику борьбы с «врагом», используя инструменты пропаганды.

На примере статьи «Как работает российская пропаганда» Татьяна Попова, управляющий партнер рекламной группы Мех, партнер украинского кризисного медиа-центра, для УП рассматривает критику украинских СМИ

по отношению к России. Статья содержит в себе, помимо текстовой основы, схемы, а также цитаты граждан Донбасса как подкрепление фактами (См. приложение 2).

В Донецкой Республике в связи с военными действиями, с вражескими отношениями с Киевом, была прекращена трансляция украинских телеканалов, после этого любые новости и передачи российских телеканалов считаются пропагандой и обвиняются в недостоверности и непрофессионализме: *«Наразі в Донецькій і Луганській областях здійснюється протиправне відключення від ефіру українських телевізійних каналів і заміщення їх російськими телеканалами із пропагандистським, екстремістським та фейковим змістом. Соціальні мережі із цього приводу переповнені стурбованими коментарями від жителів Сходу»*. Перевод: *«Сейчас в Донецкой и Луганской областях осуществляется противоправное отключение от эфира украинских телеканалов и замещение их российскими телеканалами с пропагандистским, экстремистским и фейковым содержанием. Социальные сети по этому поводу переполнены волнительными комментариями от жителей Востока»* [38]. По словам автора, происходит информационный война, в сознании людей сплошная путаница и в этой борьбе медиа Украины проигрывают. Татьяна Попова приводит данные по состоянию трансляции украинских телеканалов: *«Як бачите, канали російської пропаганди вже витіснили українські телеканали в трьох містах. За останній тиждень подібна ситуація відбувається майже зусіма ретрансляторами в Луганській та Донецькій областях»*. Потребителями новостной информации российских телеканалов являются все граждане Донецкой Народной Республики: *«Жителі Сходу позбавлені елементарного права вибору. За них уже все вирішено. "Зомботелебачення" заповнило ефір і продовжує вербувати до лав російського "покращення". Численні стурбовані голоси донбасівців доносяться із соціальних мереж, проте їх, на жаль, не чують»*. Перевод: *«Как видите, каналы российской пропаганды уже вытеснили украинские телеканалы в трех городах. За последнюю неделю подобная ситуация происходит почти со всеми ретранс-*

ляторами в Луганской и Донецкой областях. Жители Востока лишены элементарного права выбора. За них уже все решено. "Зомботелевидение" заполнило эфир и продолжает вербовать ряды российского "улучшения". Многочисленные обеспокоенные голоса донбассовцев доносящиеся из социальных сетей, однако их, к сожалению, не слышат» [38]. В статье представлены одновременно как медиаобраз ДНР, характеризующийся зомбированностью, лишением права голоса, так и медиаобраз России, выступающая в роли жесткого пропагандиста своей идеологии.

В статье «Как Украине победить в информационной войне» Сергея Пархоменко, директора Центра внешнеполитических исследований ОПАД, приведены методы информационного контрнаступления в условиях военного конфликта с Россией:

1. *«Необхідно почати працювати з населенням Донбасу, аби схилити його на бік України.*
2. *Український ефір треба наповнювати вітчизняним пропагандистським матеріалом, фільмами про козацтво, про УПА, документальні стрічки про Революцію Гідності.*
3. *Можна поширювати такі відозви через пересувні установки з гучномовцями, через які мовою "ополченців" звертатися до них із закликом припинити опір і повідомляти, що на допомогу силам АТО йде численне поповнення, що за пару днів навіть у полон здаватися ніхто не дасть, а всіх буде знищено» [38].*

Перевод:

1. *«Необходимо начать работать с населением Донбасса, чтобы склонить его на сторону Украины.*
2. *Украинский эфир надо наполнять отечественным пропагандистским материалом, фильмами про казачество, про УПА, документальные ленты о Революции Достоинства.*
3. *Можно распространять такие воззвания через передвижные установки с громкоговорителями, через которые языке "ополченцев" обра-*

щаться к ним с призывом прекратить сопротивление и сообщать, что на помощь силам АТО идет многочисленное пополнение, что за пару дней даже в плен сдаваться никто не даст, а всех будет уничтожено».

Аспекты медиаобраза исследуемой территории здесь не представлены, но есть не менее важный момент, заключающийся в стратегиях участников-государств информационной войны. Страны в позволительной форме могут действовать как хотят, управлять сознанием людей как марионетками. Дончане, в свою же очередь, подвластны действиям как одних, так и других.

В 2015 году информационный конфликт между двумя государствами продолжается. По мнению Павла Казарина, в статье «Россия и Украина: трудности перевода» основная проблема заключается в том, как Москва и Киев освещают конфликт на Донбассе на внутригосударственном рынке: *«Например, большинство россиян считают, что в Украине полыхает гражданская война. Поэтому они не воспринимают себя как сторону конфликта и живут в ситуации "ментального мира" с Украиной. А украинцы уверены, что идет интервенция с опорой на пятую колонну»* [25]. Граждане смотрят и верят экрану медиа своей страны и какой медиаобраз территории представить зрителям завтра зависит от журналиста.

В борьбе сильных со слабыми моральное преимущество всегда на стороне слабого. В данном случае, в статье однозначно сильная Россия, в некоторых случаях Украина, слабой же стороной считается ДНР и ЛНР: *«И до тех пор, пока картинка выглядит так, что Украина сражается против мятежных пророссийских областей, то слабые – именно "ДНР" и "ЛНР". А если Украина сражается против российской армии, то уже Киев получает штандарт физически слабого, но нравственно сильного»* [25].

Павел Казарин видит единственный выход из информационного конфликта и он звучит следующим образом: *«Россия вряд ли поймет Украину. Буквы у обеих стран одинаковые, они складываются в слова, слова – в предложения, но смысл у этих предложений разный. Как только он будет одинаковым – все изменится»* [25].

Несмотря на военные действия, в Донецкой Республике пресса продолжает выходить. В обзоре «Что читают «граждане "ЛНР"-"ДНР"», автором которого является Ирина Чувильская, основная мысль заключается в подаче информации и идеологии донецких СМИ: *«Якщо коротко, основний посил преси, що виходить зараз у Донецьку, – як "на Україні все погано, а в Республіці – добре. Ну, і в Росії теж все добре, тому на Республіку чекає світле майбутнє»*. Перевод: *«Если коротко, основной посыл прессы, что выходит сейчас в Донецке, – как на Украине все плохо, а в Республике – хорошо. Ну, и в России тоже все хорошо, поэтому Республику ждет светлое будущее»* [47].

Помимо выявления тематик, идеологий необходимо обратить внимание и на лексику, используемую в донецких СМИ: *«временно оккупированные территории Республики, бежать в Россию "за глотком свободы", смесь помойки и кладбища, Киев - место сборища общественных отбросов и центр социального дна, Новороссия как новый форпост глобальной духовной брони»* [47]. Как мы видим из приведенных примеров, по отношению к России и своему государству лексика носит положительный характер, лишена избыточности, чего не скажешь об Украине, представленная исключительно в негативном ключе. Медиа Донецкой Народной Республики с помощью своих идей, лексических высказываний для читательского сознания формирует медиаобраз Украины как предателя и ненавистника, пропагандиста. А что касается медийного образа самого Донецка и России, то тут все исключительно хорошо. Однако, как отмечает автор, круг лояльных сознательных граждан ДНР растет, а это значит, что медиаобразы способны изменяться.

Два примера столкновения пропаганды с реальностью использует Дмитрий Пастернак-Таранушенко в своей статье «Проевропейская информационная политика vs Российская пропаганда».

Первый связан с Алексеем Мочановым. Украинский журналист, телеведущий отправился в ДНР с абсолютно патриотичной и гражданской миссией, однако, возвратившись обратно с выводами, которые не вписывались в

упрощенную карту мира: «В Донецке, оказывается, есть не только конфеты фабрики "Рошен", но и "Львовская кофейня шоколада", где говорят по-украински. "Город очень чистый", "часть народа подходит, здороваается, узнает, просит сфотографироваться, оставить автограф". По Донецку не ходят "люди с пулеметами, все заросшие, сплошь чечены, какие-то зомби с непонятными выпученными глазами с криками "Путин, помоги!"» [36]. То есть на самом деле, по словам журналиста, нет ярко выраженных вражеских настроений в сторону украинского народа, в большинстве это адекватные, доброжелательные люди. Не важно, что свой патриотизм Мочанов демонстрирует повседневной деятельностью. Важно, что он поставил под сомнение черно-белую картину мира, где одни "белые", а другие – "черные" и не имеют права на то, чтобы называться людьми.

Интернет-издание «Украинская правда» может считаться официальным источником действующей власти, выражая через тексты основную идеологию государства. Донецкий житель в медиатекстах предстает как человек, который хочет «вернуться» на Украину. Освещая выгодную сторону для Украины ситуации с ДНР, чувствуется как редакция придерживается основной идеологии государственной политики. Медиобраз ДНР строится как территория, которая захвачена врагом, а действия властей происходят под идейной установкой России.

2.7. Репрезентация медиаобраза ДНР на примере газеты «Донецкое время»

Общественно-политическая газета «Донецкое время» с 2016 по 2018 год было опубликовано 530 медиатекстов.

Обобщив анализ данного издания, можно сразу отметить тенденцию освещения жизни Донецкой Народной Республики. Большинство публикаций лишены политического или официального контекста, они, наоборот, пытаются отвлечь и развлечь читателя от повседневной военной суеты, рассказывают о культурной, спортивной, образовательной, исторической жизни Донбасса.

Тем самым показывая, что несмотря на жестокую войну, республика пытается жить, открывать новые возможности и демонстрирует свою готовность к успешному развитию.

Репортаж «Так закаляют сталь» Екатерины Середы (2016 г.) повествует о том, как выживать во время боевых действий, смогут ли справиться с этим подростки и на что способны девушки в таких ситуациях?

Организатором военно-полевых сборов среди подрастающего поколения стало Министерство молодежи, спорта и туризма, участники – представители военно-патриотических клубов. В рамках военно-патриотической программы ребята обустривали палатки, самостоятельно готовили, конечно, занимались физподготовкой, общались с командиром батальона «Легион», который поделился секретом, помогающий ему побеждать.

О том, почему детям нравится заниматься таким делом, автор решил ответить на вопрос через мысли и позиции определенных людей: *«Мы проводим сборку-разборку автомата, снаряжаем магазины патронами, надеваем противогазы, бегаем кроссы и проводим строевую подготовку. Страх нет никакого, да и не было никогда. Все очень нравится, только на стрельбах я себя слабовато показала ... Здесь нравится все, плюс команда девочек победила в пейнтбол, и теперь есть чем гордиться. Очень хорошо, что в этом меня поддерживают родители, они говорят, что такая закалка только пользу принесет, и девочке тоже нельзя быть мягкотелой. Тем более планирую поступать после школы в военный лицей, чтобы с этим делом связать всю свою жизнь. 14-летний Влад Непран занимается в военно-патриотическом спортивном клубе «Витязь» всего пять месяцев. Мне безумно нравится этим заниматься. Потому что нам это приносит не только пользу, но и интерес. Мы занимаемся спортом, подробно изучаем историю, преодолеваем какие-то страхи. В военном деле мне больше всего нравится чувствовать себя защитником Родины, осознавать, что мы ей помогаем»* [42]. В происходящей в регионе ситуацией, безусловно, важным является военно-патриотическое воспитание. Никто не знает, сколько будет

продолжаться война, но как взрослые, так и подростковое поколение понимает, что, возможно, им придется защищать Родину.

В интервью «Наперекор войне: жизнь в Кировском районе Донецка» газете «Донецкое время» глава районной администрации Юрий Будриный рассказал, как происходит восстановление разрушенных домов, с какими просьбами к нему приходят жители.

Кировский район, где проживает Юрий, является одним из постоянных, куда прилетают снаряды, соответственно, появляется масса разрушенных домов как частного сектора, так и многоэтажек, которые необходимо восстанавливать: *«Есть государственная программа предоставления стройматериалов на восстановление частного сектора, согласно которой и работаем. В соответствии с программой это касается первой и второй категории. Есть еще третья категория работ по восстановлению частного сектора. Их должны выполнять строительные бригады, составленные из специалистов соответствующих квалификаций. Была большая проблема остекления лестничных пролетов. И она уже решается. К сожалению, артобстрелы продолжаются и список разрушений дополняется новыми адресами»* [1].

Журналист решил поинтересоваться у пострадавших, какие идут процессы по ремонту квартир и домов: *Уже сделали крышу. Но восстанавливать плиту – это же не работа ЖЭКа. Необходимо решение архитекторов, специализированных строительных организаций. Мы не так давно сделали ремонт, поклеили обои. Купили новую мебель. И здесь такое... Огромная благодарность работникам ЖЭКа. Они помогли быстро вынести строительный мусор, мебель, навести хоть какой-то порядок. Дыру затянули брезентом. Оперативно привезли большую фуру. У нас в подъезде вставили стекла во всех квартирах. У кого были деревянные рамы, теперь металлопластиковые. Думаю, за свои деньги люди бы никогда не поменяли. Не было бы счастья, да несчастье помогло. Не знаю, у кого могут быть претензии к нашим властям. Все, что на сегодня возможно, делается. А сейчас все опе-*

ративно, по-человечески. Нравится мне, как делают. Спасибо им за это» [1]. Таким образом, исходя из комментариев пострадавших жителей, власти самопровозглашенного государства проявляют заботу по отношению к своим гражданам.

Глава Кировского района регулярно встречается с людьми, ведь такие разговоры нужны, они сглаживают остроту ситуации: *«Людьми все воспринимается нормально. Бывает, на таких встречах находятся те, кто норовит что-то ляпнуть, чтобы завести народ. Так сами жители их одергивают: «Ты зачем сюда пришел? Панику разводить? Иди отсюда!»* Нынешняя ситуация вызывает у жителей недоумение. *«Сколько же можно, чтобы нас обстреливали безнаказанно? Почему мы не наступаем, не идем вперед? Но мы люди гражданские и не влияем на военных. В конце концов, им виднее, как и что должно происходить. Знаю одно: наше дело правое, враг будет разбит, победа будет за нами. Дай Бог, чтобы побыстрее. Не могу, конечно, каждому помочь материально. Приятно, что люди уходят с улыбкой на лице. Мир, как известно, полнится слухами. Иногда приходят на прием и говорят: «Мы – к вам, потому что нам сказали, что вы хороший дядька. Вы в любом случае какой-то вопрос решите». Я всегда отвечаю: «Хороший дядька» – это не профессия». (Смеется.) Меня это, конечно, радует. Кстати, безжалостно борюсь с проявлениями равнодушия по отношению к людям со стороны работников администрации. Такие случаи хоть и крайне редки, но, к сожалению, случаются» [1].*

В приведённом из интервью отрывке, наблюдается несколько признаков, характеризующих как жителей одного района, так и медиаобраз территории в целом: адекватность восприятия ситуации, готовность к бою, борьба с равнодушием администрации, поддержка друг друга в сложных моментах.

В поселке Октябрьском, именуемом в официальных документах «красной зоной», существуют две жизни. Репортер Олег Антипов в репортаже «Обнаженная душа Октября» открыл одну из этих жизней:

- война как способ проявления лучших качеств человека: *«Вы знаете, война раскрыла в людях такой потенциал, что диву даешься. Душа у многих открылась для доброго, светлого, проявился настоящий талант к изобразительному искусству. Наверное, так компенсируется ужас обстрелов, – рассуждает об этом феномене Елена Валентиновна» [2];*
- добрососедство как проявление душевности: *«Душевно оформленные клумбы, находящиеся на полном довольствии кошки и собаки, и на фоне этого иное проявление душевности – подъезд, дверь которого никогда не закрывается. Во время обстрелов люди знают, куда бежать, чтобы укрыться от смертоносных украинских «подарков». И не только люди» [2];*
- активное восстановление поврежденных домов: *«Совсем недавно полностью восстановили 50-ю школу. Она теперь нарядно блистает новенькими оконными блоками. Это с фасада. А заходишь с обратной стороны – вот вам результаты «перемирия по-украински»: больше десятка новых окон посечены осколками от взрывов...» [2];*
- коммунальщики-настоящие герои: *«Между прочим, в самые горячие дни активных боевых действий коммунальщики не бросали Октябрь на произвол судьбы. Кругом разрывы, свист снарядов, а они или линию электропередач восстанавливают, или заваривают прорехи в трубах. Благодаря им в поселке хотя бы время от времени были газ, свет, вода» [2];*
- взаимовыручка людей: *«Уже к августу 2014-го из-за обстрелов практически не стало воды, газа, электричества. Выходили во дворы домов, по-соседски собирали что-то из еды, готовили, подогревали на кострах. Чтобы купить что-то съестное, ездили в город или покупали на Октябрьском рынке. Там в первой половине дня работали продавцы. Когда у кого-то заканчивались деньги, все помогали чем могли. У кого-то в запасе были консервы, у кого-то – деньги... Жили одной семьей. Без газа еще куда ни шло, но без воды совсем тяжело. И здесь наше донбас-*

ское братство тоже проявлялось. Попадание в подстанцию – и всё, в высотных домах воды нет. Поэтому те, кто жил в частном секторе, нам помогали» [2];

- *особый донецкий характер: «Да, кому-то очень хотелось оторвать нас от братского народа, чтобы поселок Октябрьский, как и вся наша Республика, превратился в безжизненную пустыню. Но не таков донбасский характер. Люди нашего края никогда не перестанут работать на созидание. Это видно по Октябрьскому. Снаряды и мины «перемирья» продолжают прилетать, а при этом то там, то здесь идет активная работа по восстановлению. Жива душа поселка, не сломить волю его людей» [2].*

Репортаж автор закончил словами песни В.С. Высоцкого «Баллада о Земле»:

*«Она вынесет все, переждет.
Не записывай Землю в калеки!
Кто сказал, что Земля не поет,
Что она замолчала навеки?
Нет! Звенит она, стоны глуша,
Изо всех своих ран, из отдушин.
Ведь Земля – это наша душа,
Сапогами не вытоптать душу!» [2].*

Содержание данной статьи репрезентирует медийный образ Донбасса как активно развивающегося региона с несломленным духом дончан.

В газете «Донецкое время» значительное внимание отводится журналисткой деятельности в регионе в период войны. В интервью «Оплот будущего» директор местной телекомпании «Оплот» Владимир Абдулаев рассказал в каком состоянии находится телевидение ДНР и какие планы будущего развития намечены.

В нынешнем состоянии телевидения присутствует больше отрицательных сторон, нежели положительных. Например, одна из них – это недостаток

людей и ресурсов, вторая – заключается в плохом состоянии рекламного рынка или вот еще одна - истощение человеческого ресурса.

Для устранения проблемных аспектов необходимо принять решение. «Оплот» выбрал путь – организация Школы телевидения: *«Нужно воспитывать своих, доморощенных специалистов. Это- свои кадры. Они уже пишут и начитывают закадровый текст, пробуют монтировать программы. У нас уверены, в наше время у всех задача одна- поддерживать друг друга. По большому счету, все делается ради Республики»* [4].

Директор телекомпании выстраивает редакционную политику таким образом, чтобы читатель не погряз в ужасах войны и политических дряг. Телеканал должен нести рекреативную и познавательную функцию.

Освещать военные действия приезжают журналисты из различных стран, каждый видит ситуацию «под своим углом», кто-то пишет только в политическом контексте, кто-то рассказывает о социальных проблемах, а вот, например, Сергей Герасименко в интервью «Главный редактор издательского дома «Подмосковье»: *«Остаться человеком, когда все вокруг против этого»* отметил специфику работы военного журналиста и уровень контента донецких СМИ: *«Чтобы работать на войне, нужно уметь ненадолго забывать о себе и регулярно переходить невидимую линию в голове, которую рисуют пресс-службы и соображения безопасности. В гражданской журналистике таких линий, как ни странно, больше. Отношения сложнее. В Донецкой Народной Республике востребованы местные локальные новости. Это неудивительно, это общий тренд. Другое дело, что с развитием скоростного Интернета и распространением среди населения соответствующих гаджетов этот контент начнет уходить из бумаги в Сеть. Но это нормально. Главное, чтобы новости оставались качественными. Мне кажется, над сменой этого образа сейчас и нужно работать. Да, Республика в блокаде, непросто на границе. Но быть заложником военного контента нельзя. Нужно рассказывать и о том, что в донецком театре полный зал, из России приезжают звезды, работают вузы, идет нормальная жизнь»* [4].

По мнению интервьюируемого, для улучшения позитивного медиаобраза территории, донецким СМИ необходимо работать над сменой образа, наполнять газеты и интернет-ресурсы качественным контентом.

Визуализация картины из горячей точки влияет на представление медиаобраза квазигосударства не меньше, чем аналитическая статья или репортаж. Сегодня много людей, обладают слабым критическим мышлением, поэтому просмотр ярких и живых фотографий служит базисом для представления квазигосударства.

В интервью Екатерины Евгеньевой «Военный фотокорреспондент Дэн Леви: Я фотографировал на всех направлениях фронта» рассмотрим с какими трудностями приходится сталкиваться в процессе работы над созданием интересных фоторепортажей.

По мнению журналиста, через объектив можно передать нечто гораздо большее, чем текстом.

О своих переживаниях, страхах и сложных как морально, так и физически ситуациях на линии фронта рассказал Дэн Леви: *«Самое тяжелое происходит, когда перед тобой лежит готовый снимок. Это вопрос ответственности. Что с ним делать? Как его описывать, показывать, представлять людям? А во время съемки у меня включается особый режим, когда все оцениваешь с технической точки зрения. Уровень чувств отключается, и ты просто работаешь. Эмоциональное восприятие включается, когда уже потом смотришь и обрабатываешь снимки. В первую очередь ты, конечно, человек, но зачастую ты ничем не можешь помочь, или этот вопрос не стоит. И единственное, что имеет смысл, – зафиксировать то, что видишь, чтобы это событие не кануло в Лету, а было сохранено и выполнило необходимую функцию»* [24]. Задача корреспондента заключается в профессиональном осмыслении реальности, которую он фиксирует с помощью камеры. Умение запечатлеть то, что важно или сдерживать эмоции вовремя морально тяжелой съемке является одной из специфик работы военного корреспондента.

«Первоначальный долг – развивать себя, свои качества, таланты, которые потом могут быть полезны обществу. Для меня это всегда главный фактор патриотизма. Ведь он проявляется в том, чем ты можешь послужить Родине, чем конкретно можешь быть полезен. Сейчас я военный корреспондент пресс-службы Управления народной милиции. Мои задачи достаточно разносторонние. Недавно мы организовывали выставки моих фотографий в вузах ДНР. Хотелось бы, чтобы студенты лучше понимали, что происходит на передовой, чтобы эти фото послужили напоминанием, что война еще не окончена, гибнут люди. Также одной из моих задач сейчас является проведение уроков фотографии для всех желающих на базе лицея-интерната при ДонНУ» [24].

Герой интервью ставит как перед собой лично, так и перед всеми СМИ Донецкой Республики задачи: развитие профессиональных навыков, служение Родине, постоянный диалог с аудиторией и передача своего журналистского опыта преемникам.

В 2018 году журналисты газет Донецкой Народной Республики отправились в командировку в Москву. О взглядах московских журналистов касательно донецких изданий рассказал Олег Антипов в репортаже «Россия – Донбасс: единая кровеносная система». Данный медиатекст отходит от строгих журналистских стандартов и носит субъективные оценочные суждения: *«чушь полная; посыл людей действительно бесит; ребята пытливы, но при этом вежливы; журналисты из молодых Республик – на смотре лучших юных журналистов России» [3].*

Автор, отмечает:

- оценку газеты «Донецкое время» Екатериной Дегтяревой, генерального директора ЛРТ: *«Не мог отказать себе в удовольствии вручить Екатерине Дегтяревой свежий номер «Донецкого времени». Приняв его с искренней благодарностью, она пролистала несколько страниц, и по реакции, как говорится невербальной, мне было понятно, что ее наша газета приятно удивила. Смею предположить, не ожидала Екатерина*

Григорьевна, что в воюющем Донбассе может выходить газета таким объемом и широтой информации» [3];

- прием, который оказали российские журналисты донецким медиа: *«Доброжелательная встреча, расспросы как доехали, как у вас обстановка. В общем, обычный сюжет для начала командировки. Понравилось, что никто не смотрел на нас с сочувствием. Искренняя боль и сопереживания за происходящее у нас были»;*
- идеи и настроения по отношению к жителям Донбасса: *«Вы продержитесь еще немного. Видите, какой сейчас накат на Россию идет со стороны Запада. Всё ж хотят нам мировой футбольный форум испоганить. Поэтому вам, как говорится, надо ночь простоять да день продержаться, а там процессы признания ваших Республик пойдут живее. Будьте уверены! Люди звонили. Им понравилось! Говорили: «Держим кулачки за вас». И верят в вашу победу! И я тоже! Они ждали, что приедут люди, живущие в войне. Где-то подавленные. Наверно, думали, что вы будете жаловаться на ужасы происходящего у вас. А увидели позитивно настроенных коллег, которые излучают, несмотря ни на что, оптимизм».*

Сам Олег Антипов донецкую журналистику характеризует следующим образом: *«Журналисты из молодых Республик – на смотре лучших юных журналистов России. По-моему, очень символично. Мы приветствуем мощь и деятельность различных общественных организаций и отдельных личностей по налаживанию взаимодействия Донбасса и России. Информационная открытость, эффективная реализация намеченных проектов и мероприятий призваны вовлечь в процесс интеграции каждого русского человека, перейдя от сумбурного подхода к стратегии последовательной и системной интеграции».*

Олег Антипов оправдывает ожидания россиян насчет медиаобраз ДНР, подкрепляя это словами-заявлениями о Донбассе как успешно процветающем регионе с открытыми доброжелательными установками в отношении

России. Обращая внимание на газету «Донецкое время», корреспондент приводит только положительные характеристики, однако, этот момент весьма сомнительный и с ним можно поспорить. Если сравнивать контент и подачу информации российских и донецких изданий, можно смело утверждать о слабой подготовке журналистских кадров в Донбассе.

Газета «Донецкое время» отражает позитивные стороны общественной жизни Донбасса, отдавая приоритет освещению культурной жизни. Редакция много внимания уделяет историческому прошлому региона. Издание для жителей выступает как мотиватор, рассказывая о героях города, отличившихся достижениями. Несмотря на позитивный посыл газеты и игнорирование военных тем с целью отвлечь аудиторию от проблем, мы считаем, что она теряет свою информативность. Медиаобраз ДНР местные СМИ могут создавать собственноручно. Образ должен быть отражен с разных сторон, в том числе и с отрицательной, чего мы не увидели при анализе.

Выводы к главе

Как показывает анализ эмпирического материала, медиаобраз Донецкой народной республики зависит от редакционной политики издания. Журнал «Русский репортер» показывает жизнь ДНР в «человеческом измерении», сквозь призму общечеловеческих ценностей и гуманизма, передавая эмоции, переживания, идеи рядовых жителей Донбасса, вызывая тем самым «человеческие» эмоции и у аудитории: сострадание, желание оказать помощь, поддержку. Благодаря «живым» репортажам медиаобраз ДНР предстает как территория, которая пытается выжить благодаря вечным ценностям и человечности, хотя будущее этого квазигосударства весьма туманно. Этот медиаобраз эмоционально окрашен и полифоничен по своей структуре, поскольку складывается не из абстрактных оценочных суждений, а из многообразия звучащих голосов и человеческих судеб, в его структуре трудно выделить какую-то одну краску – позитивную или негативную.

Общественно – политическое издание «Газета. Ру», представляя ДНР, очень часто опирается на мнение экспертов, профессиональных политиков, политологов, выстраивая объективную позицию по отношению к ситуации в республике. По сравнению с «Русским репортером» медиаобраз ДНР в этом издании более однозначный. Структурированный, что обусловлено привлечением совсем другого материала - статистических данных, инфографики, мнения экспертов. В целом медиаобраз ДНР в «Газете. Ру» также неоднозначный. В нем можно выделить и позитивные, и негативные компоненты, но экономические и статистические данные свидетельствуют о бесперспективности того пути, на котором находится ДНР,

Интернет-издание «Апостроф» и «Украинская правда» отличаются между собой жанровой спецификой: в первом СМИ это преобладание информационных жанров над аналитическими, во втором же - наоборот. ДНР в этих изданиях представлена как зона российской пропаганды и «зомбирования» жителей Донецка российскими СМИ. Интернет-издание «Апостроф» акцентирует внимание на влиянии информационной войны на жителей Донбасса. В медиатекстах мышление жителей ДНР представлено как стереотипное, подвергнутое «воздействию» российской пропаганды.

Интернет-издание «Украинская правда» может считаться официальным рупором действующей власти, выражающим его идеологию. Донецкий житель в медиатекстах предстает как человек, который хочет «вернуться» на Украину. ДНР представляется как территория, захваченная врагом, а действия властей происходят под контролем России.

В газете «Донецкое время», выходящей в Донбассе, ДНР представлена в позитивном ключе, такие темы, как военные действия, определение политического статуса, нерешенные проблемы практически не представлены. Такая подача информации объясняется политикой как редакций, так и самого правительства, которые считают необходимым отвлекать граждан от военной обстановки. Газета помогает обычному человеку, погруженному в текущие проблемы выживания, разнообразить жизнь положительными эмоциями,

рассказывая об успешном развитии филармонии, о подвигах военных, об историческом наследии города.

Донецкие СМИ уходят от острых нерешенных политических и экономических проблем и формируют медиобраз своего ДНР как целеустремленного, развивающегося, справедливого, сильного региона, в котором живут крепкие духом патриоты.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Донецкая Народная Республика – это часть территории Донецкой области Украины, население которой провозгласило государственную независимость. В данной работе мы рассмотрели особенности формирования медийного образа Донецкой Народной Республики в российских, украинских и донецких СМИ.

Эти особенности обусловлены редакционной политикой изданий и зависят от их самоопределения или принадлежности. Несмотря на то, что все они претендуют на объективность, сам характер этой объективности зависит от заданной парадигмы.

Так, в российском общественно-политическом журнале «Русский репортер», изображающий ситуацию на Украине с общечеловеческих позиций, объективность достигается через многоголосие участников событий, их прямую речь с разными оценками и суждениями, медиобраз ДНР в этом случае можно охарактеризовать как неоднородный, лишенный жесткой структуры. Основными приемами является объективация и детализация событий и ситуаций, отсутствие однозначных журналистских оценок. Тема военного конфликта в «Русском репортере» постоянно находится в повестке дня.

Многоаспектность и жанрово-стилистическое разнообразие позволяет формировать медиобраз территории через историю конкретного человека. Если рассматривать отдельные публикации, то присутствует фрагментар-

ность. Сопоставляя отдельные медиатексты, конструируется цельный завершённый медиаобраз ДНР.

В структуре текстов «Русского репортера» просматривается реализация оппозиции «свои-чужие», где лагерь «своих» - жители ДНР. Через семантику медиатекстов «РР» аудитория воспринимает жителей ДНР как «своих», которым необходима поддержка и помощь.

Общественно-политическое интернет-издание «Газета.Ru» представляет ДНР как политически и экономически слабую структуру, политические цели и пути их достижения в которой имеют неопределённый и сомнительный характер. Медиаобраз ДНР также не получает однозначной оценки, оппозиция «свои-чужие» не выявляется.

Общественно-политическая оппозиционная «Новая газета» отличается от других исследуемых СМИ резкими заявлениями относительно конфликта в Донбассе. В преимущественно аналитических публикациях, где присутствует негативно-оценочная лексика, «Новая газета» называет донецких военных сепаратистами, уделяет внимание критике и абсурду донецкой власти, сравнивая ее с СССР. Издание формирует негативный медиаобраз территории ДНР как территории абсурда, идущего еще от СССР.

Интернет-издания «Апостроф» и «Украинская правда» в освещении событий на юго-востоке Украины выделяют политическую и гуманитарную составляющие. В политике ДНР – это квазигосударство, страдающее от беспомощности Украины и трудностей взаимодействия с Россией. ДНР предстает как территория, захваченная врагом, действия властей которая зависят от идеологического воздействия России. При этом житель этой территории предстает как человек, который хочет «вернуться» на Украину

Газета «Донецкое время» отражает позитивные стороны общественной жизни Донбасса, отдавая приоритет освещению нейтральных тем, таких как культурная жизнь, бытовые изменения, историческое прошлое региона. Издание выступает своеобразным мотиватором, рассказывая о героях города, отличившихся достижениями. Несмотря на позитивный посыл газеты и иг-

норирование военных тем с целью отвлечь аудиторию от проблем, мы считаем, что она теряет свою информативность. Медиобраз ДНР местные СМИ могут создавать собственноручно. Образ должен быть отражен с разных сторон, в том числе и с отрицательной, чего мы не увидели при анализе.

В целом медиобраз ДНР представляется в нейтральном ключе. Журналисты в зависимости от политических взглядов раскрывают его с разных сторон. Для успешного развития медиобраза ДНР необходимо обращать внимание на то, как конструируют этот образ в других странах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Батурина, Е. Н. Роль ключевых слов в семантической структуре художественного текста: автореф. дис. канд. филол. наук. Владивосток, 2005. – с. 22 – Цит. По: Булатова Элина Валерьевна К вопросу о ключевых знаках журналистского текста // Вестник ЧелГУ. 2013. №21 (312), режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-klyuchevyh-znakah-zhurnalistskogo-teksta>
2. Барабаш В. В., Сезонов Тихон Владимирович Особенности воздействия медиаобраза на аудиторию женских глянцевого журналов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. №8., режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vozdeystviya-mediaobraza-na-auditoriyu-zhenskih-glyantsevyh-zhurnalov>
3. Белоусов К.И., Зелянская Н.Л. Имиджевый дискурс как механизм ориентации избирателя в политическом пространстве // Вестн. Оренбург. гос. ун-та. – 2011. – №11. – с.107-110.
4. Богдан Е.Н. Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики [Текст]: автореферат кандидата филологических наук:10.01.10 / Е.Н. Богдан. – Москва, 2017. – 35 с.
5. Буянова Н.В. Основные характеристики и функции медиаобраза / Н.В. Буянова, Р.А. Ягуфаров // Актуальные направления научных исследований: перспективы развития: материалы Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 23 апр. 2017 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. – С. 324-327.
6. Газинская Юлия Валерьевна Языковые средства формирования образа центральных политических фигур в украинских печатных СМИ // Вестн. Том. гос. ун-та. 2012. №358, режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-sredstva-formirovaniya-obraza-tsentralnyh-politicheskikh-figur-v-ukrainskih-pechatnyh-smi>

7. Галинская Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ. 2013. №11 (160), режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-mediaobraza-i-problema-ego-rekonstruktsii-v-sovremennoy-lingvistike>
8. Галумов, Э. А. Международный имидж России: стратегии формирования: монография [Текст] / Э. А. Галумов. – М., 2003. – с.446 – Цит. по: Громова Т. Н. Структура медиаобраза России: внешнеполитический аспект // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. №4 (21), режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-mediaobraza-rossii-vneshnepoliticheskiy-aspekt>
9. Глушкова Татьяна Сергеевна, Зайцева Ольга Анатольевна Медиаобраз как инструмент создания территориального имиджа: когнитивный аспект // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2017. №3 (29), режим
10. доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaobraz-kak-instrument-sozdaniya-territorialnogo-imidzha-kognitivnyy-aspekt>
11. Гравер Алексей Андреевич Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2012. №3 (19), режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-imidzh-i-brend-strany-ponyatiya-i-napravleniya-issledovaniya>
12. Гринберг, Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели [Электронный ресурс] / Т. Э. Гринберг // Медiasкоп. – №2 – 2008. – Цит. по: Громова Т. Н. Структура медиаобраза России: внешнеполитический аспект // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. №4 (21), режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-mediaobraza-rossii-vneshnepoliticheskiy-aspekt>
13. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристических территорий: учеб. пособие / Е. А. Джанджугазова. - М.: ИЦ «Академия», 2006. – 224 с // ОНВ. 2006. №10 (50), режим доступа:

<https://cyberleninka.ru/article/n/dzhandzhugazova-e-a-marketing-turisticheskikh-territoriy-ucheb-posobie-e-a-dzhandzhu-gazova-m-its-akademiya-2006-224-s>

14. Добросклонская Т.Г. Моделирование информационных процессов в современном медиапространстве // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. – 2015, режим доступа: <http://vestnik.journ.msu.ru/books/2015/4/modelirovanie-informatsionnykh-protsessov-v-sovre-mennom-mediaprostranstve/>

15. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистики: системный подход к изучению языка СМИ [Текст]: учеб. пособие для вузов / Т.Г. Добросклонская. – Москва, 2008. – 12 с., режим доступа – <http://www.ffl.msu.ru/research/publications/dobrosklonskaya/dobrosklonskaya-medialingvistika.pdf>

16. Ильичев Л. Ф. Массовая коммуникация / Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев // Философский энциклопедический словарь – Москва, 1989. – 344 с.

17. Казак, М.Ю. О типах медиаобразов в журналистских текстах: вектор развития [Текст] / М.Ю. Казак // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: II Международная научно-практическая конференция. Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: II Международный научный семинар. Белгород, НИУ «БелГУ», 5–7 октября 2016 г.: сборник научных работ / под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2016. – 380 с., режим доступа: <http://journ.bsu.edu.ru/files/discourse2016.pdf>

18. Кормишина Г. М. Имидж в системе социального взаимодействия // Вестник КазГУКИ. 2011. №2., режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-v-sisteme-sotsialnogo-vzaimodeystviya>

19. Короченский А.П. «Пятая власть?» Феномен медиакритики в контексте информационного рынка / А.П.Короченский. – Р-н/Д: Международный институт журналистики и филологии, 2002. – 272 с.

20. Коржнева О.В. Медиаобразы в массовой политической коммуникации // Вестник СПбГУ. Сер.: 9. – 2013. – Вып.1., режим доступа: <http://pdf.knigi->

x.ru/21raznoe/164620-1-udk-070-vestnik-spbgu-ser-2013-vip-korzheneva-mediaobrazi-v-massovoy-politicheskoy-kommunikacii-massovaya.php

21. Красовская О.В. «Война слов Москвы и Киева»: о метаязыке современных информационных войн [Текст] // О.В. Красовская // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: II Международная научно-практическая конференция. Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: II Международный научный семинар. Белгород, НИУ «БелГУ», 5–7 октября 2016 г.: сборник научных работ / под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2016. – 380 с., режим доступа: <http://journ.bsu.edu.ru/files/discourse2016.pdf>

22. Краткий психологический словарь/Сост. Л. А. Карпенко; Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. - М.: Политиздат, 1985. – 431 с.

23. Маньковская Н.Б. Трансформация эстетической парадигмы. Саморефлексия неклассической эстетики – Цит. по: Красовская О.В. «Война слов Москвы и Киева»: о метаязыке современных информационных войн [Текст] // О.В. Красовская // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: II Международная научно-практическая конференция. Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: II Международный научный семинар. Белгород, НИУ «БелГУ», 5–7 октября 2016 г.: сборник научных работ / под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2016. – 380 с.

24. Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 1996. 160 с. – Цит. по: Газинская Юлия Валерьевна Языковые средства формирования образа центральных политических фигур в украинских печатных СМИ // Вестн. Том. гос. ун-та. 2012. №358, режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-sredstva-formirovaniya-obrazatsentralnyh-politicheskikh-figur-v-ukrainskih-pechatnyh-smi>

25. Мерзлякова, Е.А. Медиаобраз города Красноярска на примере локальных СМИ: бакалаврская работа выпускника Сибирского федерального университета, Красноярск, 2016, режим доступа – http://elib.sfukras.ru/bitstream/handle/2311/26516/merzlyakova_elizaveta_andreevna_vkr.pdf?sequence=2
26. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: Стратегия, психотехники, психотехнологии. – М.: Омега - Л, 2007. – 266 с.
27. Полонский А.В. Когнитивный менеджмент / А.В. Полонский. – Белгород, 2014. – с. 1-2
28. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб.: Алетейя, 2001. – 256 с., режим доступа: <http://vbibl.ru/informatika/5439/index.html>
29. Просянюк, Д. В. Теоретико-методологические основания изучения образа России в зарубежных СМИ [Электронный ресурс] / Д. В. Просянюк // Журнал «Человек. Сообщество. Управление» – 2013г. – №1. – Цит. по: Мерзлякова Е.А. Медиаобраз Красноярска на примере локальных СМИ // выпуск. бакал.раб., Серия: 42.03.02, журналистика. Красноярск, 2016, режим доступа: http://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/26516/merzlyakova_elizaveta_andreevna_vkr.pdf?sequence=2
30. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика» / Е. П. Прохоров – Москва: Аспект Пресс, 2003. – 120 с.
31. Рашкофф Д. «Медиавирус» // Д. Рашкофф // США, 2003. - Цит. по Хочунская Людмила Викторовна Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2013. №2, режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-mediaobraza-sotsialno>

32. Рожков И.Я., Кисмерешкин ВТ. Бренды и имиджи - М.: «РИП-холдинг», 2006. – 256с., режим доступа: http://hist.asu.ru/faculty/cafedrs/library/Brands_images.pdf
33. Русакова О. Ф., Грибовод Е. Г. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики // Научный ежегодник ИФиП УрО РАН. 2014. №4, режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-mediadiskurs-i-mediatizatsiya-politiki-kak-kontsepty-politicheskoy-kommunikativistiki>
34. Саяпина, И. Ю. Медийное конструирование социальной реальности: Автореф. дис. канд. соц. Наук / И. Ю. Саяпина – Саратов, 2011. – 186 с.
35. Семененко, И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности [Текст] / И. С. Семененко // Полис. – 2008. – № 5. – с. 7-18. – Цит. по: Громова Т. Н. Структура медиаобраза России: внешнеполитический аспект // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. №4 (21), режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-mediaobraza-rossii-vneshnepoliticheskiy-aspekt>
36. Смирнов Д.О. Человек и культура: диалог в медиапространстве. Опыт практической работы лаборатории медиапсихологии, 2010. - Цит. по: Хочунская Л. В. Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2013. №2, режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-mediaobraza-sotsialno-psihologicheskii-aspekt>
37. Феофанов, О. А. Реклама. Новые технологии в России [Текст] / О. А. Феофанов. – СПб., 2003. – с. 384 – Цит. по: Громова Т. Н. Структура медиаобраза России: внешнеполитический аспект // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. №4 (21), режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-mediaobraza-rossii-vneshnepoliticheskiy-aspekt>
38. Хочунская Л. В. Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2013.

№2, режим доступа – <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-mediaobraza-sotsialno-psihologicheskiiy-aspekt>

39. Шевцов О.Л. Формирование медийного имиджа России проправительственной газетной периодикой Украины [Текст]: автореф. дис. на соискание уч.ст. канд. филол.наук:10.01.10 / О.Л. Шевцов. – Воронеж, 2011. – 17-18 с.
40. Шестопал, Е.Б. Образы государств, наций и лидеров / Е.Б. Шестопал, Д.А. Леонтьев -Москва: Аспект Пресс, 2008. – 288 с.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Антипов О. Наперекор войне: жизнь в Кировском районе Донецка [Электронный ресурс] / О. Антипов // «Донецкое время» // – Донецк, 2016. – 27 июля. – режим доступа: <http://dnr-news.com/prensa/34535-naperekor-voyne-zhizn-v-kirovskom-rayone-donecka.html>
2. Антипов О. Обнаженная душа Октября [Электронный ресурс] / О. Антипов // «Донецкое время» // – Донецк, 2016. – 21 сент. – режим доступа: <http://dnr-news.com/prensa/35710-obnazhennaya-dusha-oktyabrya.html>
3. Антипов О. Россия – Донбасс: единая кровная система [Электронный ресурс] / О. Антипов // «Донецкое время» // – Донецк, 2018. – 14 апр. – режим доступа: <http://dnr-news.com/prensa/44981-rossiya-donbass-edinaya-krovenosnaya-sistema.html>
4. Антипов О. Оплот будущего [Электронный ресурс] / О. Антипов // «Донецкое время» // – Донецк, 2016. – 15 июл. – режим доступа: <http://dnr-news.com/prensa/34077-oplot-buduschego.html>
5. Ахмедова М., Лейбин В. Андрей из донецкого анекдота [Электронный ресурс] / М. Ахмедова // Русский репортер // – Москва, 2018. – 19 мая – режим доступа: http://expert.ru/russian_reporter/2018/10/andrej-iz-donetskogo-anekdota/
6. Ахмедова М.шая собака на Земле [Электронный ресурс] / М. Ахмедова // «Русский репортер» // – Москва, 2015. – 26 июня – режим доступа: <http://rusrep.ru/article/2015/06/26/luchshaya-sobaka-nazemle/>
7. Ахмедова М. Между Пушкиным и Шевченко [Электронный ресурс] / М. Ахмедова // Русский репортер // – Москва, 2016. – 28 апр. – режим доступа: http://rusrep.ru/article/2016/04/28/mezhdu_pushkinym/

8. Ахмедова М. Школа ненависти. Школа любви [Электронный ресурс] / М. Ахмедова // Русский репортер // – Москва, 2014. – 9 окт. – режим доступа: <http://rusrep.ru/article/2014/10/09/shkola-nenavisti-shkola-lyubvi/>
9. Бабицкий А. Для кого играет Донецкая филармония [Электронный ресурс] / А. Бабицкий // Русский репортер // - Москва, 2014. – 11 нояб. – режим доступа: <http://rusrep.ru/article/2014/11/11/filarmonia/>
10. Бектемиров Ф. Деньги Снеговика ушли в Донбасс [Электронный ресурс] / Ф. Бектемиров // «Газета. Ру» // – Москва, 2016. – 22 фев. – режим доступа: https://www.gazeta.ru/sport/2016/02/22/a_6422729.shtml?updated
11. Герасименко С. Главный редактор издательского дома «Подмосковье»: «Оставаться человеком, когда все вокруг против этого» [Электронный ресурс] / С. Герасименко // «Донецкое время» // – Донецк, 2016. – 31 дек. – режим доступа: <http://dnr-news.com/prensa/38056-glavnyy-redaktor-izdatelskogo-doma-podmoskove-ostavatsya-chelovekom-kogda-vse-vokrug-protiv-etogo.html>
12. Гериева Я. Во что боевики превратили Донецк. Наблюдения очевидца [Электронный ресурс] / Я. Гериева // «Апостроф» // – Киев, 2014. – 13 апр. – режим доступа: <https://apostrophe.ua/ua/article/society/2015-04-13/vo-chto-boeviki-prevratili-donetsk-nablyudeniya-ochevidtsa/1567>
13. Гериева Я. Пусть Украина к нам даже не суется [Электронный ресурс] / Я. Гериева // «Апостроф» // – Киев, 2014. – 2 нояб. – режим доступа: <https://apostrophe.ua/article/politics/2014-11-02/pust-ukraina-k-nam-dajene-suetsya/676>
14. Головин Б. ДНР как чемпион Новороссии [Электронный ресурс] / Б. Головин // Газета. Ру // – Москва, 2017. – 8 авг. – режим доступа: https://www.gazeta.ru/sport/2017/08/08/a_7677413.shtml
15. Гор А. На Донбассе уже клянут Россию и ДНР: разочарованы даже известные сепаратисты [Электронный ресурс] / А. Гор // «Апостроф» // – Киев, 2017. – 10 мая. – режим доступа:

- <https://apostrophe.ua/article/society/2017-05-10/na-donbasse-uje-klyanut-rossiyu-i-dnr-razocharovanyi-daje-izvestnyie-separatistyi/12147>
16. Дергачев В. Донбасс еще тряхнет [Электронный ресурс] / В. Дергачев // Газета. Ru // – Москва, 2015. – 2 нояб. – режим доступа: https://www.gazeta.ru/politics/2015/11/01_a_7866449.shtml
 17. Дергачев В. Донбасс ищет компромисс [Электронный ресурс] / В. Дергачев // Газета. Ru // – Москва, 2015. – 8 окт. – режим доступа: https://www.gazeta.ru/politics/2015/10/07_a_7809179.shtml
 18. Дергачев В. Донбасс рузают от Украины [Электронный ресурс] / В. Дергачев // Газета. Ru // – Москва, 2014. – 16 нояб. – режим доступа: https://www.gazeta.ru/politics/2014/11/15_a_6302661.shtml
 19. Дергачев В., Кириллов Д. Влезь и умри. Как выживает Донбасс [Электронный ресурс] / В. Дергачев, Д. Кириллов // Газета. Ru // - Москва, 2015. – 22 июня – режим доступа: https://www.gazeta.ru/politics/2015/06/18_a_6846469.shtml
 20. Дергачев В., Орлов А. «Рубля нашего в Донбассе не будет» [Электронный ресурс] / В. Дергачев, А. Орлов // Газета. Ru // - Москва, 2014. – 6 дек. – режим доступа: https://www.gazeta.ru/politics/2014/12/05_a_6330653.shtml
 21. Дехтяренко А. Что будет с Новороссией: прогноз для Донбасса [Электронный ресурс] / А. Дехтяренко // «Апостроф» // – Киев, 2015. – 28 июня. – режим доступа: <https://apostrophe.ua/ua/article/politics/2015-06-28/что-будет-s-novorossiey-prognoz-dlya-donbassa/1895>
 22. Дехтяренко А. Виталий Портников: В конфликте с Россией время работает на Украину [Электронный ресурс] / А. Дехтяренко // «Апостроф» // – Киев, 2015. – 2 апр. – режим доступа: <https://apostrophe.ua/article/politics/2015-04-02/vitaliy-portnikov-v-konflikte-s-rossiey-vremya-rabotaet-na-ukrainu/1509>
 23. ДНР, ЛНР и другие непризнанные государства [Электронный ресурс] // Газета. Ru // – Москва, 2017. – 11 мая – режим доступа:

- https://www.gazeta.ru/politics/infographics/politicsnepriзнанные_strany.shtml
24. Евгеньева Е. Военный фотокорреспондент Дэн Леви: Я фотографировал на всех направлениях фронта [Электронный ресурс] / Е. Евгеньева // «Донецкое время» // – Донецк, 2017. – 18 янв. – режим доступа: <http://dnr-news.com/prensa/38468-voennyu-fotokorrespondent-den-levi-ya-fotografiroval-na-vseh-napravleniyah-fronta.html>
25. Казарин П. Россия и Украина: трудности перевода [Электронный ресурс] / П. Казарин // «Украинская правда» // – Киев, 2015. – 10 мар. – режим доступа: <https://www.pravda.com.ua/rus/columns/2015/03/10/7061027/> – ограниченный
26. Комаров И. Мы не Украина и не Россия. Мы – Донбасс [Электронный ресурс] / И. Комаров // Газета. Ру // - Москва, 2014. – 2 нояб. – режим доступа: <https://www.gazeta.ru/social/2014/11/02/6286701.shtml>
27. Курганов С. Год после референдума. Как Донецк отделялся от Украины [Электронный ресурс] / С. Курганов // «Апостроф» // – Киев, 2015. – 12 мая. – режим доступа: <https://apostrophe.ua/ua/article/society/2015-05-12/god-posle-referenduma-kak-donetsk-otdelyalsya-ot-ukrainyi/1702>
28. Курганов С. Россия вышла из доверия: готовы ли жители Донеска встречать Украину [Электронный ресурс] / С. Курганов // «Апостроф» // – Киев, 2017. – 29 янв. – режим доступа: <https://apostrophe.ua/article/society/2017-01-29/rossiya-vyishla-iz-doveriya-gotovy-li-jiteli-donetska-vstrechat-ukrainu/9780>
29. Латынина Ю. Заметки с полей невойны [Электронный ресурс] / Ю. Латынина // «Новая газета» // – Москва, 2014. – 5 мая – режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2014/05/05/59438-zametki-s-poley-nevoyny>

30. Линник А. Война ограбила Украину [Электронный ресурс] / А. Линник // Газета. Ру // – Москва, 2016. – 23 июля – режим доступа: <https://www.gazeta.ru/business/2016/07/23/7653785.shtml>
31. Лопатина И., Гериева Я., Гаврилюк В. Сотни тысяч людей находятся на грани голода [Электронный ресурс] / И. Лопатина, Я. Гериева, В. Гаврилюк // «Апостроф» // – Киев, 2014. – 18 нояб. – режим доступа: <https://apostrophe.ua/article/society/2014-11-18/sotni-tyisyach-lyudey-nahodyatsya-na-grani-goloda/790>
32. Монсон провел мастер-класс для национальной команды ДНР по боевому самбо [Электронный ресурс] // «Газета. Ру» // – Москва, 2017. – 24 марта. – режим доступа: https://www.gazeta.ru/sport/news/2017/03/24/n_9836069.shtml
33. Митин Е. Главный редактор издательского дома «Подмосковье»: «Оставаться человеком, когда все вокруг против этого» [Электронный ресурс] / Е. Митин // «Донецкое время» // – Донецк, 2016. – 28 дек. – режим доступа: <http://dnr-news.com/prensa/38056-glavnyy-redaktor-izdatelskogo-doma-podmoskove-ostavatsya-chelovekom-kogda-vse-vokrug-protiv-etogo.html>
34. Орехин П. Донбасс на шее [Электронный ресурс] / П. Орехин // Газета. Ру // – Москва, 2015. – 6 фев. – режим доступа: <https://www.gazeta.ru/business/2015/02/04/6400629.shtml>
35. Пархоменко С. Как Украине победить в информационной войне [Электронный ресурс] / С. Пархоменко // «Украинская правда» // – Киев, 2014. – 1 авг. – режим доступа: <https://www.pravda.com.ua/rus/columns/2014/08/1/7033646/> – ограниченный
36. Пастернак-Таранушенко Д. Проевропейская информационная политика и Российская пропаганда [Электронный ресурс] / Д.Пастернак-Таранушенко // «Украинская правда» // – Киев, 2015. – 27 авг. – режим доступа: <https://www.pravda.com.ua/columns/2015/08/27/7079013/> - огра-

- ниченный Полухина Ю. Тактика разжигаемой войны [Электронный ресурс] / Ю. Полухина // «Газета. Ру» // – Москва, 2015. – 21 авг. – режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2015/08/21/65308-taktika-razzhigaemoj-voyny>
37. Полухина Ю. Тактика разжигаемой войны [Электронный ресурс] / Ю. Полухина // «Газета. Ру» // – Москва, 2015. – 21 авг. – режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2015/08/21/65308-taktika-razzhigaemoj-voyny>
38. Попова Т. Как работает российская пропаганда [Электронный ресурс] / Т. Попова // «Украинская правда» // – Киев, 2014. – 5 июн. – режим доступа: <https://www.pravda.com.ua/rus/columns/2014/06/5/7028049/> – ограниченный
39. Ростова Н. Когда Горбачев узнал о расколе в «Комсомолке», он сам разыскал нас [Электронный ресурс] / Н. Ростова // «Republic» // – Москва, 2010. – дек. – режим доступа: https://republic.ru/russia/kogda_gorbachev_uznal_o_raskole_v_komsomolke_on_s-509616.xhtml
40. Седов А. Украина сама отрезала спортсменов ДНР газ [Электронный ресурс] / А. Седов // Газета. Ру // – Москва, 2015. – 3 авг. – режим доступа: https://www.gazeta.ru/sport/2015/08/03/a_7664081.shtml
41. Седова Я. Люди удивляются, что мы не каратели [Электронный ресурс] / Я. Седова // «Апостроф» // – Киев, 2015. – 8 янв. – режим доступа: <https://apostrophe.ua/article/society/2015-01-08/lyudi-udivlyayutsya-cto-myi-ne-karateli/1056>
42. Середа Е. Так закаляют сталь [Электронный ресурс] / Е. Середа // «Донецкое время» // – Донецк, 2016. – 29 июня. – режим доступа: <http://dnr-news.com/prensa/33744-tak-zakalyayut-stal.html>
43. Тарасов М. Приказано отпраздновать: как в ДНР готовятся отметить годовщину референдума [Электронный ресурс] / М. Тарасов // «Апо-

- строф» // – Киев, 2016. – 24 марта. – режим доступа: <https://apostrophe.ua/ua/article/society/2016-03-24/prikazano-otprazdnovat-kak-v-dnr-gotovyatsya-otmetit-godovschinu-referenduma/3933>
44. Тимофеева О. Соседние дома горели [Электронный ресурс] / О. Тимофеева // «Русский репортер» // – Москва, 2014. – 19 июня – режим доступа: <http://rusrep.ru/article/2014/06/19/soednie-doma-goreli/>
45. Топалов А. ДНР меняет уголь на газ [Электронный ресурс] / А. Топалов // Газета. Ру // – Москва, 2016. – 23 апр. – режим доступа: <https://www.gazeta.ru/business/2016/04/23/6651901.shtml>
46. Траст Дж. Отправляйся играть для своих шахтеров! [Электронный ресурс] / Дж. Траст // Русский репортер // - Москва, 2015. – 23 сент. – режим доступа: <http://rusrep.ru/article/2015/09/23/otpravlyajsysya-igrat-dlya-svoih-shahterovi/>
47. Чувильская И. Что читают граждане ЛНР-ДНР [Электронный ресурс] / И. Чувильская // «Украинская правда» // – Киев, 2015. – 4 июн. – режим доступа: <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2015/06/4/7070166/> - ограниченный

ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1.

ДНР, ЛНР и другие государства

газета.ru Москва: ☀ +27°C

[НОВОСТИ](#)
[ПОЛИТИКА](#)
[БИЗНЕС](#)
[ОБЩЕСТВО](#)
[АРМИЯ](#)
[МНЕНИЯ](#)
[КУЛЬТУРА](#)
[НАУКА](#)
[ТЕХНОЛОГИИ](#)

ДНР, ЛНР и другие непризнанные государства

11.05.2015, 21:47

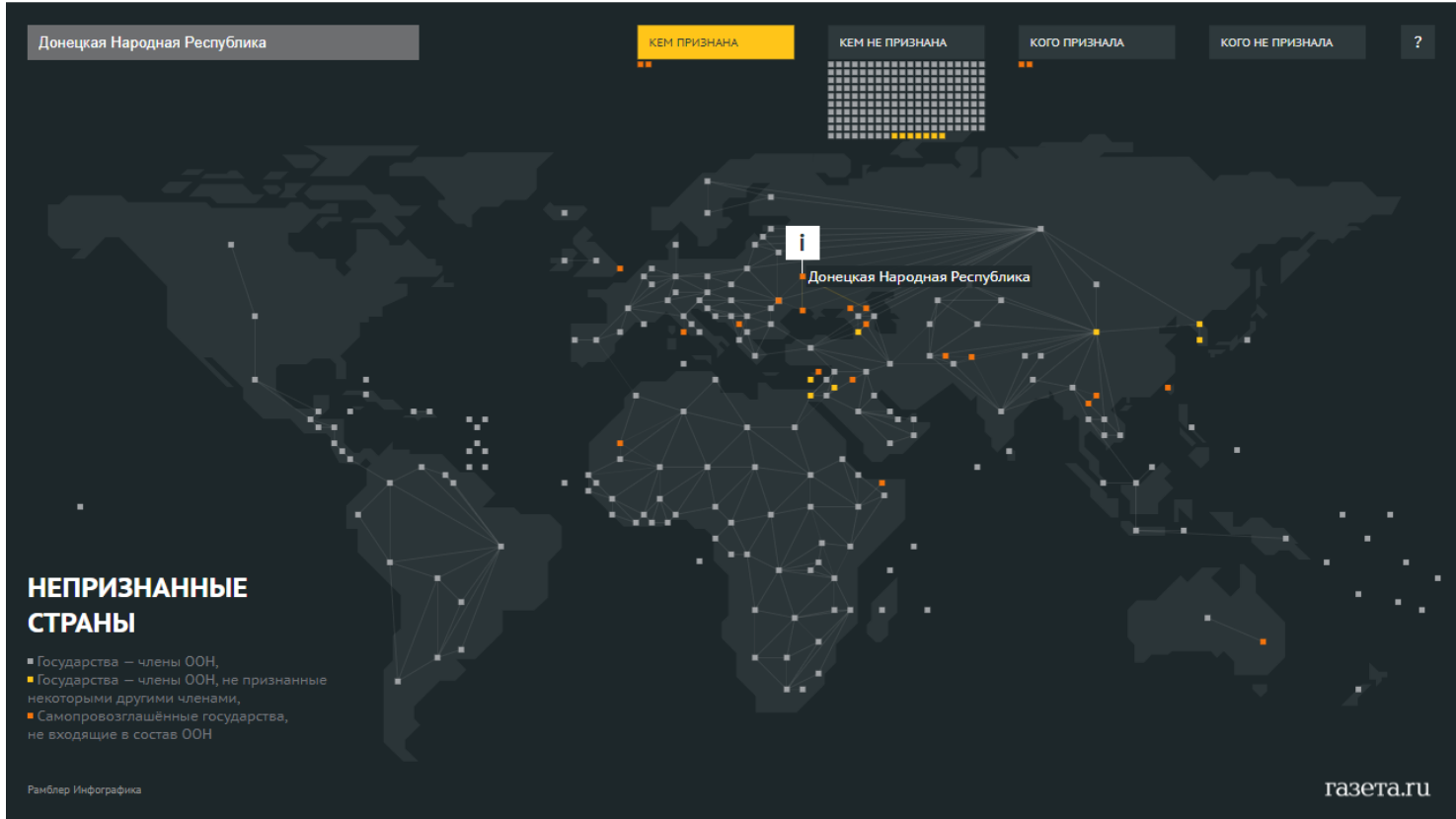
После проведения 11 мая прошлого года референдума о независимости и нескольких месяцев вооруженного конфликта республики Донбасса присоединились к десяткам территориальных образований, которые фактически существуют как государства, но формально не признаны международным сообществом и другими странами. Причем ДНР и ЛНР находятся в самом тяжелом положении, будучи не признаны никем из государств — членов ООН, в отличие, скажем, от Косово или Абхазии. Это создает большие проблемы и для их жителей, и для ведения там экономической деятельности, фактически вводя в серую, неконтролируемую зону политической жизни. Инфографика «Газеты.Ru» наглядно демонстрирует, как устроена сложная система международного признания.

СМОТРЕТЬ

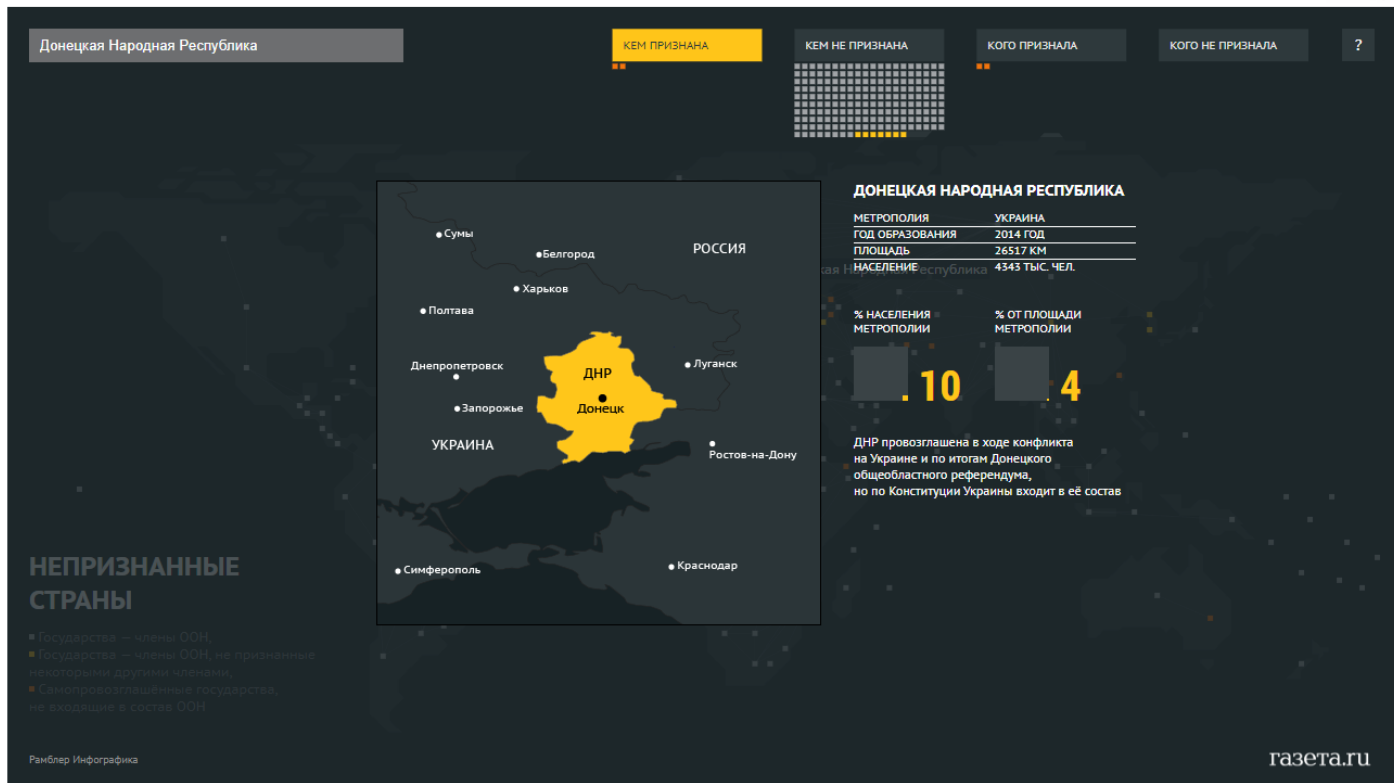
НЕПРИЗНАННЫЕ СТРАНЫ

* Страна, которая не признана кем-либо из государств — членов ООН.
 * Государство, которое признано международным сообществом, но не признано кем-либо из государств — членов ООН.
 * Государство, которое признано кем-либо из государств — членов ООН, но не признано международным сообществом.

скрыть ✕



скрыть ✕



Как работает российская пропаганда

РТС Луганськ

<i>Логотип</i>	<i>Власник ліцензії</i>	<i>Канали, на які перейшли</i>	<i>Час та дата переключення</i>
УТ-2	Студія "1+1"	Передавач вимкнено	17г.15хв. 03.05.2014
УТ-1	НТКУ, ТРК Ера	Росія 24	17г.15хв. 01.05.2014
5 канал	ТОВ "ТРК "Експрес-Інформ"	Передавач вимкнено	17г.15хв. 03.05.2014

РТС-Ровеньки

<i>Логотип</i>	<i>Власник ліцензії</i>	<i>Канали, на які перейшли</i>	<i>Час та дата переключення</i>
УТ-1	НТКУ, ТРК Ера	LifeNews	19г 55хв. 06.05.2014
УТ-2	Студія "1+1"	Росія 24	23г.05хв 05.05.2014
УТ-3	ПАТ "Телеканал "ІНТЕР"	ОРТ	19г.30 хв 21.05.2014
		Подана програма Інтер	10г.00 хв. 27.05.2014
		ОРТ	18г. 50 хв. 28.05.2014
НТН	ТОВ ТС "Служба інформації"	ОРТ	19г. 07хв. 07.05.2014
		Подана програма	19г. 30хв. 21.05.2014
		НТН	

