

ЖУРНАЛИСТСКАЯ ПРАКТИКА JOURNALISTIC PRACTICE

УДК 070:316.77

EDN [HCPMRL](#)

DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(2).264-277

Научная статья



Медиасистема государства и национальная идентичность населения регионов (на примере Каталонии)

Прутцков Г.В.✉, Мудрик С.В.

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
г. Москва, Российская Федерация

Автор, ответственные за переписку: Прутцков Г.В., pruttskov@gmail.com

Аннотация. В статье рассмотрена специфика формирования и функционирования медиасистемы Каталонии, что напрямую связано с проблематикой каталонского национального самосознания. Одним из наиболее важных факторов, отражающих работу медиасистемы региона, является специфика освещения фактов, которые касаются национальной идентичности Каталонии, и приемов, используемых в работе медиа (в том числе правительственная поддержка использования каталанского языка в медиа, позволяющая журналистам региональных средств массовой информации постоянно освежать в памяти свои познания в каталанском языке на базе высших учебных заведений региона). Каталонская идентичность — в том числе, — результат преобразования медиасистемы на протяжении исторического периода, в ходе которого от режима Франко до наших дней наблюдается нарастающая тенденция формирования национальной идентичности в медиасфере. Актуальность статьи обусловлена лидирующим положением Каталонии по социально-экономическому развитию в стране, во многом способствующем зарождению и развитию национального самосознания каталонцев, и позицией большинства ее жителей, которые продолжают активно поддерживать сепаратистские настроения, что, следовательно, способствует развитию медиасистемы региона именно в таком ключе. Проблема, изученная в материале, касается истории развития сепаратистских настроений в медийной сфере региона и суммы факторов, повлиявших на ее формирование, а также актуальное состояние. Приводится оценка роли медиа в поддержании и развитии сепаратистских настроений в регионе и, в частности, в ключевых событиях последних лет, связанных с национальной самоидентификацией. Пути решения проблемы лежат через особенности взаимодействия региона с Испанией и взаимной поддержки таких настроений со стороны населения. Именно эти факторы, связанные с борьбой за национальную идентичность, влияют на роль и специфику медиасистемы Каталонии как в историческом контексте, так и в настоящее время. В результате исследования было установлено, что тенденция развития медиасферы Каталонии на протяжении всего ее существования была неизменна и имела сепаратистскую направленность, а основная ее роль на данный момент

заключается в поддержании таких настроений в регионе. Выводы отражают специфику влияния истории борьбы региона за свою независимость на формирование и состояние медиасистемы.

Ключевые слова. Медиасистема, национальная идентичность, Каталония, каталанский язык, национализм, сепаратизм.

Информация о статье. Дата поступления 7 декабря 2021; дата поступления после доработки 3 февраля 2022 г.; дата принятия к печати 4 февраля 2022 г.; дата онлайн-размещения 30 июня 2022 г.

Original article

State Media System and National Identity of the Population of the Regions (on the Example of Catalonia)

Grigory V. Pruttskov✉, **Svetlana V. Moudrik**

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation

Corresponding author: Grigory V. Pruttskov, pruttskov@gmail.com

Abstract. The study examined the specifics of the formation and functioning of the media system of Catalonia. One of the most important factors of this topic is the problem of national identity. The characteristic of the regional media system is the coverage of facts that relate to the national identity of Catalonia and the techniques used in media coverage (including government support for the use of the Catalan language in the media). The national identity of Catalonia is partly the result of the transformation of the media system throughout the historical period. From the Franco regime to the present day, there has been an increasing trend in the formation of national identity in the media sphere.

The relevance of the study is determined by the situation in Catalonia and the position of the majority of its separatist inhabitants, which contributes to the development of the region's media system. The issue addresses the history of the development of separatist sentiments in the media sphere of the region and factors that influenced its formation, as well as its current state. We examined the role of the media in maintaining and developing separatist sentiments in the region and, in particular, in the key events of recent years related to national self-identification. The way to address the problem is to establish interaction between the region and Spain and provide mutual support of such sentiments on the part of the population. It is these factors associated with the struggle for national identity that influence the role and nature of the Catalan media system both in the historical context and now.

We found that the development trend of the media sphere of Catalonia throughout its existence did not change and had a separatist orientation, and its main role now is to maintain such sentiments in the region.

The study revealed that history of the region's struggle for its dependence influenced the formation and nature of media system.

Keywords. Media system, national identity, Catalonia, Catalan language, nationalism, separatism.

Article info. Received December 7, 2021; revised February 3, 2022; accepted February 4, 2022; available online June 30, 2022.

Введение

Дискуссии о независимости Каталонии вот уже не первый год активно продолжаются в медиапространстве. В условиях стремительного роста культурной разнородности в странах с развитыми гражданскими институтами и относительно высоким уровнем благосостояния наблюдается подъем волны «нового» национализма под флагами регионального сепаратизма и борьбы за собственную государственность [1]. Проблема сепаратизма в области политики практически всегда и везде традиционно бывает ярко эмоционально окрашена, представая перед аудиторией благодаря СМИ. Это объясняется тем, что, освещая подобную проблематику, журналисты оперируют базовыми ценностными установками, которые имеют огромное значение для подавляющего большинства населения любой территории. Наиболее значимые общественно-политические издания Испании (El País, El Mundo, ABC) постоянно поднимают тему о стремлении Каталонии к независимости на своих страницах. Это национальные издания, которые распространяются во всех регионах, областях и провинциях государства.

В соответствии с классификацией медиасистем, разработанной Д. Халлином и П. Манчини в исследовании «Сравнение медиа-систем: три модели медиа и политики», Испания относится к традиционным латинским государствам, где господствует так называемая средиземноморская, или поляризованная плюралистическая модель медийной системы. Для этой модели характерны сильное влияние государства на СМИ, их политическая ангажированность, а также низкий уро-

вень профессиональной подготовки журналистов [2, р. 30]. Средства массовой информации демонстрируют базовые направления политической повестки дня правящего в государстве режима. В то время как трансформировалась, причем достаточно резко, политическая ситуация в испанском государстве, менялись, соответственно, и реалии социума. Средства массовой информации Испании, представляя собой, несомненно, общественный институт, тоже радикально преобразовались, меняя привычную авторитарную модель на модель демократическую, более человечную и сильнее ориентированную на реальные нужды и интересы аудитории. Таким образом, на примере Испании еще раз была наглядно доказана теснейшая взаимосвязь политических структур государства и медиасистемы.

Поэтапно средства массовой информации в Испании переставали посвящать все свои силы исключительно правительственным интересам, начиная принимать все более активное участие в реформировании общественных институтов и государственных структур. На тот момент, когда демократические институты в испанском государстве еще не достигли того уровня развития, который был необходим для их бесперебойного и четкого функционирования, средства массовой информации оказались практически единственным источником объективных сведений относительно сути политических, социальных, социокультурных реформ и нюансов их осуществления. Кроме того, СМИ Испании самим фактом своего существования в обновленном формате, с облегчением избавившись от жесткой цензуры периода прав-

ления Франко, предоставили медиапространство, в котором могли аргументированно выразить собственные точки зрения разнообразные политики и общественные деятели. Это помогло широким народным массам одновременно получать достаточно полное и исчерпывающее представление о положении дел и расстановке политических сил в государстве. Важно то, что СМИ Испании (хотя и не все безоговорочно) при внедрении государственных реформ смогли отстоять собственную самостоятельность в качестве общественно-политического явления. Не все из них стали выразителями чаяний конкретных политических партий и движений, некоторые средства массовой информации смогли из выпуска в выпуск конструировать новостную повестку, опираясь на такие принципы, как объективность, непредвзятость, scrupulous следование фактам, взяв за правило всестороннюю проверку информации и взвешенное аргументирование всех точек зрения. Подобная позиция дала возможность ведущим медиа Испании играть почетную и ответственную роль организатора диалога в гражданском обществе.

Следует, тем не менее, отметить, что СМИ не чуждались и сотрудничеству (в определенных пределах) с властными структурами. В частности, при помощи медиасистемы Испании было предпринято немало эффективных шагов в сторону прекращения привычной для испанского социума острой конфронтации в политической сфере. Именно медиа испанского государства помогли прийти к согласию и примирению в масштабах нации, активно и охотно принимая участие в демократизации и консолидации общества мирным путем.

Медиасистема государства и национальная идентичность населения регионов

Все государства в нашем мире — в большей степени это касается многонациональных стран — считают одной из своих важнейших задач сплочение в единый организм всех народов, которые населяют данное государство. Поискам национальной идентичности в русле крепкой государственности служат медиасистемы. Существует множество подходов к пониманию термина «медиасистема» в современной теории массовых коммуникаций — это и упоминавшаяся уже монография Д. Халлина и П. Манчини [2], и последовавшие за ней публикации отечественных и зарубежных исследователей [3–7]. Средства массовой информации проводят в жизнь так называемую символическую политику, т.е. специфическую разновидность взаимодействия в сфере политики, предполагающей не рациональную работу сознания читателя или зрителя, а передачу стабильных смыслов путем воздействия на психику аудитории. Для этого создаются особого рода зрительные эффекты [8, p. 17].

Для реализации подобного взаимодействия между членами одного национально-этнического сообщества, как утверждает Бенедикт Андерсон, используется печать, которая передает читательской аудитории (населению определенной территории) информацию [9]. Однако, если мы говорим о современном нам социуме, помимо печати следует упомянуть телевидение и кинематограф.

Символическая политика, которую с их помощью транслируют государственные структуры, преследует своей целью признание социальными субъектами значимости и необходимости

актуального политического режима. Иными словами, средства массовой информации служат для обеспечения стабильности функционирования государственных институтов¹. Идеология в данном случае выступает в качестве упорядоченной системы репрезентации, в которую входят концепции, идеи, мифы и образы; в качестве базового символического средства поддержания режима в государстве².

Символические инструменты в сфере формирования и развития национальной идентичности традиционно широко используются практически во всех сообществах. В качестве метода важны культурные представления о действиях акторов в публичной сфере, а также значимо их истолкование, которое может расходиться с существующей «Я-концепцией», выработанной непубличным участником коммуникации [10].

При помощи медиасистемы государство апеллирует к гражданам, выстраивая в процессе демонстрации национально-культурной специфики населения необходимый ему образ небольшого по численности этноса относительно преобладающей на территории данной страны нации [11, с. 54].

Известная своими исследованиями в области сравнительных политических исследований доктор политических наук, руководитель Центра сравнительных социально-экономи-

ческих и социально-политических исследований ИМЭМО РАН И.С. Семенович подчеркивает, что политическое использование идентичности стало неотъемлемой частью современного властного дискурса [12]. Вопрос заключается в том, каким образом будет визуализирован представитель этнического меньшинства — в качестве позитивной, нейтральной по характеру, либо нежелательной, производящей отталкивающее впечатление фигуры. Это обусловлено потребностями, находящимися в конкретный период на повестке дня у государства. Соответственно, в социуме формируется определенное восприятие этого этнического сообщества. Следует детально рассматривать процесс символического представления и, как следствие, трактовки культуры «других», так как стереотипы внутри культурного процесса выковываются при акцентировании внимания целевой аудитории на конкретных характеристиках объекта [13, с. 27].

В результате столкновений этнополитических интересов оппоненты формируют символические структуры, усложняя процессы внешнего и внутреннего взаимодействия, при этом противоположные по идейному заряду дискурсы обуславливают рост количества конфликтных ситуаций. Так, хотя культуры Испании и Каталонии обладают большим количеством идентичных характеристик, население Каталонии в массе своей считает, что каталонская культура совершенно самобытна и в корне отличается от испанской. Разное восприятие культур способствует столкновению противоположных представлений о национальной идентичности [14, с. 45].

¹ Who and why in Catalonia for and who is against separation from Spain. URL: <http://world.24my.info/whoandwhyincataloniaforandwhoisagainstseparationfromspain/>.

² Altercados y protestas durante reunión del gobierno español en Barcelona. El Espectador. URL: <https://www.elespectador.com/noticias/el-mundo/altercados-y-protestas-durante-reunion-del-gobierno-espanol-en-barcelona-articulo-830474>.

Профессор международных отношений Университета Джорджа Вашингтона Генри Хейл говорит о том, как государственные структуры манипулируют мнением социума, считая, что «движущей силой, стоящей за сепаратизмом и сецессией, является этнически заряженная проблема коллективных действий, и в таком случае изменения в процессе сепаратизма, скорее всего, будут происходить из-за факторов, влияющих на то, как эта проблема воспринимается и оценивается [15, с. 62; 16, с. 140].

Следует отметить, что эмоциональная окраска процесса восприятия будет во многом обусловлена тем, как именно представлен целевой аудитории медиа тот или иной факт. Скажем, подача какого-либо материала посредством дебатов резко отличается по своему воздействию на умы читателей, слушателей либо зрителей от одного авторитетного для публики мнения. Не следует также забывать, что сотрудники средств массовой информации выступают в качестве посредников в процессе передачи информационных единиц от профессиональных политических деятелей к массовой аудитории [17, с. 167; 18, с. 25].

При этом известный испанский социолог, министр высшего образования Испании Мануэль Кастельс считает, что деятели в сфере политики воздействуют на медиасистему посредством презентации новостной повестки дня, распределения новостей по степени важности и манеры их подачи. М. Кастельс отмечал, что сознание аудитории средств массовой информации формируется посредством «конструирования смысла через создание образа» [16; 19, с. 225].

Нельзя отрицать сильное влияние на читательскую аудиторию и ряда региональных изданий. Региональные издания представляют собой вариации общенациональных изданий, приспособленные к нуждам конкретных провинций и активно востребованные в отдельно взятых регионах. Роль региональных средств массовой информации в процессе социально-политического развития не только отдельно взятого региона, на территории которого они выходят в свет, но и всего государства как такового, сложно переоценить.

В Испании издавна в силе политический и культурный регионализм — такова особенность этой страны. В границах этого государства всегда имелись особые исторические территории, со спецификой которых нельзя было не считаться. Многие политологи и историки не случайно характеризуют Испанию на страницах научных исследований как унитарное региональное государство. Это определение иллюстрирует удачно достигнутый в Испании компромисс между идеей сильного унитарного государства и политическим потенциалом отдельных регионов, стремящихся к максимально возможной независимости [18; 20, с. 89].

Многие исследователи отмечают, что становление медиасистемы Каталонии стало возможным благодаря возрождению культуры различных народностей, которые после падения диктатуры Франко получили долгожданную возможность открыто говорить, а также писать и издавать книги, журналы и газеты на своем родном языке [21–23]. Децентрализация испанской медиасистемы происходила наряду с возрастанием осознанного демонстрация региональными

изданиями этнокультурных специфических характеристик того или иного отдельно взятого региона. Все более часто журналисты обращались к культурным особенностям регионов, все более интенсивно шли процессы активной популяризации местных наречий и языков (особенно среди представителей молодого поколения), возрождения или формирования специфической письменности, реставрации регионального традиционализма. Эти тенденции, естественно, влияли на такую чуткую к веяниям современности отрасль, как журналистика.

Региональный компонент в медиасистеме Каталонии

Естественно, средства массовой информации никак не могут оставаться в стороне от процесса сепарации. Имеющие вес в социуме каталонские СМИ, «законодатели нравов», в том числе и электронные, хотя бы в отдельных аспектах взаимодействующие с властями автономного сообщества, по большей части выходят в свет на каталанском языке. Даже те представители каталонской медиасистемы, которые дублируют свои выпуски на испанском языке, не скрывают, что делают это в основном «по традиции».

Каталонские радио- и телевизионные каналы обычно ведут свои трансляции на каталанском языке, только иногда ведущие переходят на общегосударственный, т.е. испанский язык.

Хартия принципов деятельности каталонских СМИ декларирует, что сотрудники средств массовой информации, базирующихся на территории региона, должны в своей профессиональной деятельности использовать, в первую очередь, именно каталанский язык, и задействовать иные язы-

ки исключительно в тех ситуациях, когда без этого объективно невозможно обойтись. При этом даже в подобных случаях, когда возникает настоятельная необходимость обращения к другому, не каталанскому, языку, журналисты обязаны как можно скорее предоставить своей аудитории исчерпывающий профессиональный перевод данной информации на каталанский язык. Что касается тех граждан, которые приглашаются, чтобы принять участие в радио- либо телевизионных передачах, то авторам этих передач настоятельно рекомендуется, в первую очередь, выбирать спикеров, говорящих по-каталански, или, по крайней мере, знающих этот язык и способных на нем свободно изъясняться [24; 25, с. 32].

Средства массовой информации, находящиеся в частных руках, также обязаны не менее половины эфирного времени отдавать передачам на каталанском языке. Данное правило утверждено в законодательном порядке — в законе «О языковой политике» 1998 г. и в статуте об автономии Каталонии 2006 г. Неукоснительное соблюдение или, напротив, частое нарушение или игнорирование подобных рекомендаций принимается во внимание, когда СМИ, редакции которых находятся на территории Каталонии, выдаются или продлеваются лицензии на их деятельность в медиасфере.

Кроме того, в соответствии с региональным законодательством, вся без исключения информация, относящаяся к рекламе либо описанию тех или иных товаров и услуг, адресованная жителям региона, в каталонских средствах массовой информации обязательно должна транслироваться на каталанском языке, причем

случаи, когда данная информация уже предоставлена на общегосударственном, т.е. испанском, языке, отнюдь не являются исключением.

СМИ в Каталонии, содействующие изучению, использованию, защите и поддержке, пропаганде каталанского языка, могут рассчитывать на щедрые гранты и дотации из бюджета автономного сообщества, а также на премии, прямые и скрытые субсидии от властных структур региона. На подобные вознаграждения расходуется весомая часть бюджета Каталонии. Согласно проекту бюджета на 2022 г., объем бюджетных ассигнований на информационные и рекламные кампании составит более 32 млн евро³.

Помимо наград, имеются, естественно, и наказания для тех, кто не желает продвигать в массы каталанский язык. Так, департамент языковой политики правительства Каталонии организовал специфические так называемые «отделы языковых гарантий», сотрудники которых должны строго контролировать, как именно средства массовой информации проводят в жизнь языковую политику властей региона, не противоречат ли ведущим в автономном сообществе тенденциям. Население Каталонии поощряют обращаться с жалобами и замечаниями в данные отделы, в случае, если граждане — патриоты автономного сообщества — столкнутся с нарушением регионального законодательства, касающегося каталанского языка, газетой, радиостанцией или телеканалом. Нарушители будут караться внушительными штрафами. Все подобные меры в отношении СМИ Каталонии

и иных общественных институтов автономного сообщества призваны создать для населения Каталонии такое положение, когда каталанский язык будет неукоснительно использоваться всеми гражданами в любых ситуациях, от бытовых до профессиональных, причем это будет восприниматься как естественно сложившаяся коммуникационная норма.

Реплики ведущих радио- и телевизионных передач, острые репортажи и жаркие дискуссии на страницах газет и журналов, а также на сайтах средств массовой информации — все это, предлагаемое населению региона преимущественно на каталанском языке, укрепляет национальную идентичность, но в то же время и разжигает сепаратистские настроения, в том числе достаточно радикальные. Медиасистема Каталонии, приобретшая ярко выраженный националистический оттенок с уклоном в регионализм после освобождения от гнета тоталитарного режима Франко, в настоящее время буквально пронизана идеями решительного отмежевания от «центра», испанского государства, тех граждан, которые позиционируют себя, в первую очередь, как испанцев. Здесь нередко встречаются сомнительные как с этической, так и с эстетической точки зрения лозунги, призывы, юмористические передачи, карикатуры. Лозунг «Каталония — это не Испания» давно стал общим местом. Приверженность такому видению — своего рода маркер каталонской идентичности, способ узнавания «своих», который приобрел конфронтационный характер по отношению к несогласным [26].

Средства массовой информации в регионе столь интенсивно работают в направлении формирования и развития национальной идентичности, а

³ Pressupostos de la Generalitat de Catalunya per al 2022 (projecte). URL: [http://aplicacions.economia.gencat.cat/wpres/ AppPHP/2022/pdf/VOL_P_EID.pdf](http://aplicacions.economia.gencat.cat/wpres/AppPHP/2022/pdf/VOL_P_EID.pdf).

также сепаратистских националистических тенденций, что Каталония на международной арене уже давно не воспринимается в качестве заурядной автономной области испанского государства [27, с. 215; 24, с. 342].

В статуте об автономии Каталонии 2006 г. относительно средств массовой информации говорится следующее (ст. 52): «Органы общественного управления отвечают за обеспечение условий для реализации права на информацию и получение от средств массовой информации достоверной информации, которая уважает достоинство людей, политический, социальный, культурный и религиозный плюрализм. В тех случаях, когда речь идет о государственных средствах массовой информации, информация должна быть также нейтральной». Кроме того, устав автономии Каталонии гласит, что «органы общественного управления должны обеспечить свободный, без дискриминации доступ к услугам аудиовизуальных служб в Каталонии».

Влияние медиасистемы Каталонии на движение за независимость и национальную идентичность

Мощным фактором, объединяющим медиасистему Каталонии в монолитное целое, является интенсивная политическая и социокультурная борьба за отстаивание национальной идентичности региона, его как можно более полной автономии. При этом отметим, что националистические силы Каталонии всегда избегали насилия и открытой борьбы на физическом плане. Идеи автономии до недавних пор практически всегда отстаивались при помощи легитимных (или, по крайней мере, близких к та-

ковым) выборов процедур и референдумов, мирных демонстраций.

Мы уже говорили, что причины напряженного поиска и отстаивания национальной идентичности в Каталонии достаточно разнообразны и многоплановы. Здесь сказалась, естественно, культурно-языковая уникальность каталонских провинций, нашедшая отражение и горячую поддержку на страницах региональных СМИ. Сыграла свою роль и такая социально-психологическая причина, как исторически обусловленная ярко выраженная самоидентификация населения региона: «мы — другие», «каталонцы — это не испанцы, а испанцы — это не каталонцы». Катализатором националистических настроений выступает и экономический фактор, вернее, его беззастенчивая эксплуатация в региональных средствах массовой информации: беспепелляционные утверждения, что такой, действительно, развитый регион, как Каталония, буквально «содержит» и обеспечивает продуктами всю Испанию. Здесь есть большая доля истины, однако, несмотря на объективные подтверждения этого постулата, подается он обычно с такой эмоциональной окраской, которая сразу определенным образом расставляет акценты: богатые и добрые каталонцы вынуждены содержать «ораву бездельников-эксплуататоров» практически ничего не получая взамен.

Профессор кафедры сравнительной политологии МГИМО, председатель секции испанистики Российской ассоциации международных исследований С.М. Хенкин утверждает, что националистически настроенные СМИ сознательно внушают населению Каталонии идею о том, что регион каждый год отчисля-

ет в бюджет государства сумму, на 16 млрд евро превышающую ответные поступления. Финансово-экономическая политика Мадрида относительно Барселоны в региональных средствах массовой информации преподносится как самый настоящий «грабеж». Мадрид предстает в роли алчной и несправедливой метрополии, которая грабит колонии, не заботясь о благосостоянии населяющих их трудолюбивых граждан. При этом, согласно свидетельствам немалого количества экономистов Испании, можно отметить, что для таких поспешных эмоциональных выводов, ставших уже, можно сказать, традиционными в медиасистеме Каталонии, не наблюдается достаточных оснований. Каталония действительно исправно перечисляет в государственный бюджет Испании налоги, однако эти суммы согласуются с объективно существующим уровнем развития экономики региона сравнительно с другими регионами и рассчитываются, как это и обычно бывает, на душу населения. Финансирование Каталонии Мадридом действительно ниже среднеиспанского уровня, но разница незначительна⁴ [28, с. 32].

На примере Каталонии необходимо признать, что применение чрезвычайной правовой нормы в современном западном демократическом государстве не дает надежд урегулировать кризис в его активной фазе [29]. Если мы непредвзято сравним систему региональных инициатив, принятую в Испании, с ана-

логичными системами Великобритании, Соединенных Штатов Америки, Австралии, Канады, нам тоже не придется говорить о нарочитом пренебрежении Мадрида Каталонией в финансовом аспекте. Данная система характеризуется непрозрачностью, что и дает обильную пищу для рискованных спекуляций на эту животрепещущую для стремящихся к независимости регионов тему в СМИ. По мнению некоторых испанских и иностранных экспертов, системе финансовых отношений между центром и регионами в Испании не помешала бы модернизация — по мнению некоторых испанских и иностранных экспертов, выходом из сложившегося положения мог бы стать частичный пересмотр Конституции 1978 г. — движение в направлении бюджетного федерализма и усиление представительства автономий в Сенате [30].

Заключение

Каталония — это яркий пример движения за обретение независимости и национальной идентичности, которое было инициировано политическими элитами региона, активно подогревалось региональными средствами массовой информации и противостояло ярко выраженному отрицательному отношению центральных властных систем государства. В настоящий момент ситуацию можно, пожалуй, охарактеризовать как тупиковую, поскольку каталонские политические акторы, несмотря на заявления через лояльные им региональные средства массовой информации о готовности к конструктивному диалогу, не отступают ни шага от своих позиций. Впрочем, представители центральной власти Испании ведут себя совершенно в

⁴ Две версии одной газеты: новый подход к привлечению доходов // Позиционирование изданий на новых рынках: дополнительные условия для рекламодателей. М. : Сервис-Медиа, 1998. С. 10.

этом же духе, так что обе стороны полностью достойны друг друга.

Национальное самосознание малой нации формируется в контексте мультикультурного общества. В современном мире растет влияние как традиционных СМИ, так и новых медиа, на формирование национальной идентичности малых наций, расширяются и усложняются формы взаимодействия журналистики, блогосферы и потребителей информации. Новые медиа показывают значительную эффективность воздействия на читателя, слушателя, зрителя в силу их простоты, доступности и, как следствие, вызывают большее доверие, чем традиционные средства массовой информации. К тому же, как показывают последние политические события в разных странах мира, в которых участвуют большие массы населения, новые медиа обладают мощным организующим фактором.

Это обстоятельство позволяет говорить о том, что снова становятся актуальными функции журналистики, о которых писал еще В.И. Ленин в 1901 г. в статье «С чего начать?»

(«Газета — не только коллективный пропагандист и коллективный агитатор, но также и коллективный организатор»). Влияние старых и новых медиа на рост самосознания малой нации в контексте мультикультурного общества особенно заметно на примере Каталонии — наиболее промышленно развитого региона Испании. Журналистика сыграла значительную роль в возникновении и становлении националистического движения каталонизма в конце XIX в. Сегодня, спустя почти полтора столетия, медиа самым прямым образом повлияли на рост национального сознания. Особенно это заметно на примере референдума о независимости Каталонии от Испании, проведенного 1 октября 2017 г. в нарушение конституции страны. Референдум и последовавшие за ним события вызвали большую обеспокоенность не только в Мадриде, но и в Европе в целом. Во многих странах Европейского союза есть регионы с аналогичными проблемами, поэтому опыт Каталонии актуален для всей Европы.

Список использованной литературы

1. Семененко И.С. Национальная идентичность / И.С. Семененко // Идентичность: Личность, общество, политика / ред. И.С. Семененко. — Москва : Весь Мир, 2017. — С. 405–412.
2. Hallin D.C. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics / D.C. Hallin, P. Mancini. — Cambridge : Cambridge University Press, 2004. — 342 p.
3. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory / D. McQuail. — London : Sage Publications, 2010. — 621 p.
4. Bastiansen H.G. Media History and the Study of Media Systems / H.G. Bastiansen // Media History. — 2008. — Vol. 14, iss. 1. — P. 95–112.
5. Шилина М.Г. Тенденции развития современных медиасистем и актуальные концепции теории СМИ / М.Г. Шилина // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2010. — № 1. — С. 6–22.
6. Бодрунова С.С. Медиакратия: СМИ и власть в современных демократических обществах : дис. д-ра полит. наук : 10.01.10 / С.С. Бодрунова. — Санкт-Петербург, 2015. — 498 с.
7. Вартанова Е.Л. «Медиасистема» как актуальный концепт теории СМИ / Е.Л. Вартанова // Актуальные проблемы медиаисследований : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. — Москва, 2019. — С. 11–12.

8. Moring T. Functional completeness in minority language media / T. Moring // *Minority Language Media: Concepts, Critiques and Case Studies* / ed. N. Hourigan. — Clevedon : Multilingual Matters, 2007. — P. 17–33.
9. Miguel R. de. La independencia de Cataluña será inmediata si no hay referéndum / R. de. Miguel // *El País*. — URL: http://politica.elpais.com/politica/2017/05/21/actualidad/1495389893_104663.html.
10. Amón R. Y si no pudiera ejecutarse el 155? / R. Amón // *El País*. — URL: https://elpais.com/politica/2017/10/24/actualidad/1508857304_090913.html.
11. Беленькая Ю.П. Средства массовой информации и медиа-среда как факторы формирования общественного мнения / Ю.П. Беленькая // *Вестник Ставропольского государственного университета*. — 2010. — № 4. — С. 52–57.
12. Семенов И.С. Нация, национализм, национальная идентичность: новые ракурсы научного дискурса / И.С. Семенов // *Мировая экономика и международные отношения*. — 2015. — Т. 59, № 11. — С. 91–102.
13. Сахарный Л.В. Введение в психолингвистику / Л.В. Сахарный. — Ленинград : Изд-во ЛГУ, 1989. — 180 с.
14. Брекенридж Д. PR 2.0: Новые медиа, новые аудитории, новые инструменты / Д. Брекенридж. — Москва : Эксмо, 2010. — 270 с.
15. Барандова Т.Л. Эффекты символической политики в отношении каталонцев в Испании (на примере визуального образа) / Т.Л. Барандова, Н.И. Батурина // *Вестник Пермского университета. Политология*. — 2018. — № 2. — С. 61–76.
16. Hale H.E. *The Foundation of Ethnic Politics: Separatism of States and Nations in Eurasia and the World* / H.E. Hale. — Cambridge : Cambridge University Press, 2008. — 278 p.
17. Ачкасов В.А. Этнополитология / В.А. Ачкасов. — Москва : Юрайт, 2019. — 495 с.
18. Шейгал Е.И. Семиполитика политического дискурса / Е.И. Шейгал. — Москва : Гнозис, 2004. — 324 с.
19. Кагель М. Власть коммуникации / М. Кагель. — Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — 590 с.
20. Прохоренко И.Л. Территориальные сообщества в политическом пространстве современной Испании / И.Л. Прохоренко. — Москва : ИМЭМО РАН, 2010. — 100 с.
21. Figueres J.M. *La premsa catalana* / J.M. Figueres. — Barcelona : Dalmau, 1989. — 120 p.
22. Guillamet J. *Conocer la prensa* / J. Guillamet. — Barcelona : Gili, 1988. — 141 p.
23. Guillamet J. *Història de la premsa, la ràdio i la televisió a Catalunya (1641–1994)* / J. Guillamet. — Barcelona : La Campana, 1994. — 277 p.
24. Халитов Б.Н. Языковые аспекты политического процесса в Каталонии / Б.Н. Халитов // *Демократия, безопасность, эффективное управление: новые вызовы политической науке* : IV Всерос. конгресс политологов. — Москва, 2006. — С. 341.
25. Кожановский А.Н. Форсированное строительство каталонской «региональной нации» / А.Н. Кожановский // *Вестник антропологии*. — 2015. — № 4 (32). — С. 26–46.
26. Семенов И.С. Прошлое на переднем крае политики идентичности / И.С. Семенов. — DOI 10.20542/0131-2227-2018-62-11-6 // *Мировая экономика и международные отношения*. — 2018. — Т. 62, № 11. — С. 65–76.
27. Пожарская С.П. Испания: долгий путь к государству автономий (1977–2007) // *Испанский альманах*. — 2010. — Вып. 2. — С. 205–220.
28. Хенкин С.М. Сепаратизм по-каталонски / С.М. Хенкин. — DOI 10.20542/0131-2227-2018-62-5-29-40 // *Мировая экономика и международные отношения*. — 2018. — Т. 62, № 5. — С. 29–40.
29. Прохоренко И.Л. Сепаратистский конфликт в Каталонии / И.Л. Прохоренко. — DOI 10.20542/2307-1494-2018-2-36-50 // *Пути к миру и безопасности*. — 2018. — № 2 (55). — С. 36–50.
30. Кузнецов А.В. Современная Испания: проблемы и решения / А.В. Кузнецов, И.Л. Прохоренко. — DOI 10.20542/0131-2227-2018-62-11-54-64 // *Мировая экономика и международные отношения*. — 2018. — Т. 62, № 11. — С. 54–64.

References

1. Semenenko I.S. National Identity. In I.S. Semenenko (ed.) *Identity: Personality, Society, Politics*. Moscow, Ves' Mir Publ., 2017, pp. 405–412. (In Russian).
2. Hallin D.C., Mancini P. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge, Cambridge University Press, 2004. 342 p.
3. McQuail D. *McQuail's Mass Communication Theory*. London, Sage Publications, 2010. 621 p.
4. Bastiansen H.G. Media History and the Study of Media Systems. *Media History*, 2008, vol. 14, iss. 1, pp. 95–112.
5. Schilina M.G. Tendencies of the Modern Media Systems' Development and Relevant Conceptions of Mass Communications Theory. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2010, no. 1, pp. 6–22. (In Russian).
6. Bodrunova S.S. *Mediacracy: Media and Power in Modern Democratic Societies. Doct. Diss.* Saint Petersburg, 2015. 498 p.
7. Vartanova E.L. Media System as a Topical Concept of the Media Theory. In Vartanova E.L. (ed.). *Current Issues of Media Studies 2019. Materials of the IX International Scientific and Practical Conference*. Moscow, 2019, pp. 11–13. (In Russian).
8. Moring T. Functional Completeness in Minority Language Media. In Hourigan N. (ed.). *Minority Language Media: Concepts, Critiques and Case Studies*. Clevedon, Multilingual Matters, 2007, pp. 17–33.
9. Miguel R. de. La Independencia de Cataluña Será Inmediata si no Hay Referendum. *El País*. Available at: http://politica.elpais.com/politica/2017/05/21/actualidad/1495389893_104663.html.
10. Amón R. Y Si no Pudiera Ejecutarse el 155? *El País*. Available at: https://elpais.com/politica/2017/10/24/actualidad/1508857304_090913.html.
11. Belenkaya J.P. Mass Media and Media-Environment as Factors of Public Opinion Development. *Vestnik Stavropol'skogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of the Stavropol state University*, 2010, no. 4, pp. 52–57. (In Russian).
12. Semenenko I.S. Nations, Nationalism, National Identity: New Dimensions in Academic Discourse. *Mirovaya ekonomika I mezhdunarodnye otnosheniya = World Economy and International Relations*, 2015, vol. 59, no. 11, pp. 91–102. (In Russian).
13. Saharnyj L.V. *Introduction to Psycholinguistics*. Leningrad State University Publ., 1989. 180 p.
14. Breakenrige D. *PR 2.0. New Media, New Tools, New Audiences*. Upper Saddle River, FT Press, 2008. 160 p. (Russ. ed.: Breakenrige D. *PR 2.0. New Media, New Tools, New Audiences*. Moscow, Jeksno Publ, 2010. 270 p.).
15. Barandova T.L., Baturina N.I. Effects of Symbolic Policy Towards Catalans in Spain (Case of Visual Image). *Vestnik Permskogo universiteta. Politologija = Bulletin of Perm University. Political Science*, 2018, no. 2, pp. 61–76. (In Russian).
16. Hale H.E. *The Foundation of Ethnic Politics: Separatism of States and Nations in Eurasia and the World*. Cambridge University Press, 2008. 278 p.
17. Achkasov V.A. *Ethnic Political Studies*. Moscow, Jurajt Publ., 2019. 495 p.
18. Shejgal E.I. *Semiotics of Political Discourse*. Moscow, Gnozis Publ., 2004. 324 p.
19. Castells M. *Communication Power*. New York : Oxford University Press, 2009. 571 p. (Russ. ed.: Castells M. *Communication Power*. Moscow, HSE Publishing House Publ., 2009. 590 p.).
20. Prokhorenko I.L. *Territorial Communities in Political Space of Modern Spain*. Moscow, IMJeMO RAN Publ., 2010. 100 p.
21. Figueres J.M. *La premsa catalana*. Barcelona, Dalmau, 1989. 120 p.
22. Guillamet J. *Conocer la prensa*. Barcelona, Gili, 1988. 141 p.
23. Guillamet J. *Història de la premsa, la ràdio i la televisió a Catalunya (1641–1994)*. Barcelona, La Campana, 1994. 277 p.
24. Halitov B.N. Linguistic Aspects of the Political Process in Catalonia. Democracy, Security, Effective Governance: New Challenges to Political Science. IV All-Russian Congress of Political Scientists. Moscow, 2006, pp. 341. (In Russian).

25. Kozhanovsky A.N. Accelerated Construction of the Catalonian "Regional Nation". *Vestnik antropologii = Herald of Anthropology*, 2015, no. 4, pp. 26–46. (In Russian).

26. Semenenko I.S. History on the Frontline of Identity Politics. *Mirovaya ekonomika I mezhdunarodnye otnosheniya = World Economy and International Relations*, 2018, vol. 62, no. 11, pp. 65–76. (In Russian). DOI: 10.20542/0131-2227-2018-62-11-6.

27. Pozharskaja S.P. Spain: a Long Road to a State of Autonomy (1977–2007). *Ispanskij al'manah = Spanish Almanac*, 2010, vol. 2, pp. 205–220. (In Russian).

28. Khenkin S.M. Separatism, Catalonian Way. *Mirovaya ekonomika I mezhdunarodnye otnosheniya = World Economy and International Relations*, 2018, vol. 62, no. 5, pp. 29–40. (In Russian). DOI: 10.20542/0131-2227-2018-62-5-29-40.

29. Prohorenko I.L. Secessionist Conflict in Catalonia. *Puti k miru i bezopasnosti = Pathways to Peace and Security*, 2018, no. 2, pp. 36–50. (In Russian). DOI: 10.20542/2307-1494-2018-2-36-50.

30. Kuznetsov A.V., Prokhorenko I.L. Modern Spain: Problems and Solutions. *Mirovaya ekonomika I mezhdunarodnye otnosheniya = World Economy and International Relations*, 2018, vol. 62, no. 11, pp. 54–64. (In Russian). DOI: 10.20542/0131-2227-2018-62-11-54-64.3.

Информация об авторах

Прутцков Григорий Владимирович — кандидат филологических наук, доцент, кафедра зарубежной журналистики и литературы, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, pruttskov@gmail.com.

Мудрик Светлана Владимировна — преподаватель, кафедра зарубежной журналистики и литературы, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, svtl.mudrik@gmail.com.

Authors Information

Grigory V. Pruttskov — PhD in Philology, Associate Professor, Department of Foreign Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, pruttskov@gmail.com.

Svetlana V. Moudrik — Lecturer, Department of Foreign Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, svtl.mudrik@gmail.com.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the Authors

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Для цитирования

Прутцков Г.В. Медиа-система государства и национальная идентичность населения регионов (на примере Каталонии) / Г.В. Прутцков, С.В. Мудрик. — DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(2).264-277. — EDN [HCPMRL](https://www.hcpmrl.ru) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — Т. 11, № 2. — С. 264–277.

For Citation

Pruttskov G.V., Moudrik S.V. State Media System and National Identity of the Population of the Regions (on the Example of Catalonia). *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2022, vol. 11, no. 2, pp. 264–277. (In Russian). EDN: [HCPMRL](https://www.hcpmrl.ru). DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(2).264-277.