

Гатрич Виктория Руслановна

**ПЕРСПЕКТИВЫ КОНВЕРГЕНТНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ПОСТСОВЕТСКИХ ГОСУДАРСТВАХ (НА ПРИМЕРЕ УКРАИНЫ И РОССИИ)**

Статья посвящена описанию основных проблем индустрии телевидения на постсоветском пространстве, в частности, в Украине и России, и оснований, объясняющих появление конвергентного телевидения в этих странах. Автор определяет роль новых медиа в процессе общественно-политических трансформаций и привлекает внимание к особенностям функционирования нового вида телевидения в постсоветских условиях. Результаты исследования позволяют автору очертить возможные проблемы, связанные с перспективами развития конвергентного телевидения в Украине и России.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2014/2-1/9.html](http://www.gramota.net/materials/3/2014/2-1/9.html)

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2014. № 2 (40): в 2-х ч. Ч. I. С. 43-47. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2014/2-1/](http://www.gramota.net/materials/3/2014/2-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_hist@gramota.net](mailto:voprosy_hist@gramota.net)

5. Губський Ю. І., Царенко А. В., Шевчик А. Л., Бабійчук О. М. Діяльність Інституту паліативної та хоспісної медицини МОЗ України у 2010 році щодо удосконалення нормативно-правової бази паліативної та хоспісної медицини в Україні // Медичне право. 2011. № 2. С. 4-16.
6. Егорова О. Ю. Организация служб паллиативной помощи. М., 2007. 124 с.
7. Караткевич А. Г. Политические аспекты гуманизации взаимодействия основных субъектов гражданского общества // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 12 (26). Ч. I. С. 112-114.
8. Москвяк Е. И., Билинский Б. Т. Морально-этические проблемы «Хосписа» – приюта для incurable больных // Паллиативная медицина и реабилитация. 1998. № 2-3.
9. Паллиативная помощь при ВИЧ-инфекции: сборник статей (модуль 13). International Association of Physicians in AIDS Care (IAPAC). 2005. 125 с.
10. Совершенствование паллиативной помощи пожилым людям [Электронный ресурс] / Всемирная организация здравоохранения. Европейское региональное бюро. URL: [http://www.euro.who.int/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0006/98241/E82933R.pdf](http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0006/98241/E82933R.pdf) (дата обращения: 08.01.2014).
11. WHO Definition of Palliative Care [Электронный ресурс]. URL: <http://www.who.int/cancer/palliative/definition/en> (дата обращения: 19.10.2013).

#### PALLIATIVE AND HOSPICE CARE DEVELOPMENT IN UKRAINE AS NEW DIRECTION OF SOCIAL POLICY AND CIVIL SOCIETY ROLE IN THIS PROCESS

**Vol'f Aleksandr Aleksandrovich**

*Open International University of Human Development –Ukraine”  
doroha@inbox.ru*

For the first time in political science the author concludes that the development of aid to seriously ill (incurable) people (palliative and hospice care) in Ukraine should be a part of the state social policy. It should be a component of health system and social aid to population and ensure human rights. The author suggests directing efforts to raise the awareness of population of palliative and hospice care, to the formation of the understanding of the problem social significance among the authorities and general public and the development of cooperation with the organizations of civil society.

*Key words and phrases:* social policy; palliative and hospice care; patients' rights; human rights; social aid to population; organizations of civil society.

---

УДК 32.019.51:654.197(477.85+470+571)

#### **Политология**

*Статья посвящена описанию основных проблем индустрии телевидения на постсоветском пространстве, в частности, в Украине и России, и оснований, объясняющих появление конвергентного телевидения в этих странах. Автор определяет роль новых медиа в процессе общественно-политических трансформаций и привлекает внимание к особенностям функционирования нового вида телевидения в постсоветских условиях. Результаты исследования позволяют автору очертить возможные проблемы, связанные с перспективами развития конвергентного телевидения в Украине и России.*

*Ключевые слова и фразы:* телевизионная индустрия; конвергентное телевидение; новые медиа; медиаконтент; Россия и Украина; постсоветские страны.

**Гатрич Виктория Руслановна**

*Черновицкий национальный университет имени Юрия Федьковича, Украина  
vikahatrych@rambler.ru*

#### **ПЕРСПЕКТИВЫ КОНВЕРГЕНТНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ПОСТСОВЕТСКИХ ГОСУДАРСТВАХ (НА ПРИМЕРЕ УКРАИНЫ И РОССИИ)®**

Глобализационные процессы, которые способствовали появлению новых информационных и сетевых технологий, внесли кардинальные изменения во все сферы общественно-политической жизни. Однако растущие технические возможности информационного общества не вытеснили такое средство массовой информации, как телевидение, и в странах постсоветского пространства оно остается эффективным информационным ресурсом и продолжает удерживать первенство по влиятельности на аудиторию. В Украине и России телевизионная индустрия развивается в особых условиях, ведь, несмотря на свое советское прошлое, оно вынуждено следовать вызовам времени, а следовательно, будущее телевидения в этих странах представляет особый интерес для ученых.

Проблемой развития телевидения уже много лет занимаются за рубежом, в частности, канадские исследователи Кэтлин Кросс и Роберт А. Гакет исследуют политические коммуникации и новостные средства массовой информации; вопросу влияния СМИ на зрителя большое внимание уделял американский ученый

Ричард Харрис; телевизионное пространство постсоветских стран изучает шотландская исследовательница Сара Уотс. В Украине значительный вклад в данную сферу исследований сделали фонд «Демократические инициативы» имени Илька Кучерива, издания «Телекритика», «Зеркало недели», «Украинская правда», Независимая ассоциация вещателей. Вопросам конвергентного телевидения относительно недавно начали заниматься в России, в частности, исследователи А. Калинин, А. Власов, Н. Пасечный, Д. Юревич. Однако, по нашему мнению, проблема функционирования конвергентного телевидения в Украине и России пока не стала предметом углубленного и всестороннего анализа и нуждается в дальнейшей разработке. Возникает вопрос, какая перспектива постсоветской телеиндустрии в условиях постепенной конвергенции с всемирной сетью? Для того чтобы на него ответить, необходимо, во-первых, проанализировать основные черты развития телевидения в Украине и России; во-вторых, определить роль конвергентного телевидения в процессе общественно-политических трансформаций; и, в-третьих, предусмотреть возможные проблемы, связанные с перспективами развития конвергентного телевидения в постсоветских условиях.

На первый взгляд, в современной телевизионной сфере Украины и России есть немало отличий от обычно однообразного медийного мира СССР. В отличие от новостных выпусков советского времени, на телевидении преобладают молодые лица, свежие новости и яркая графика, а в условиях существования государственного и негосударственного телевидения в обеих странах нет недостатка и в политической информации. Однако за таким разнообразием и правом выбора скрываются серьезные проблемы функционирования телевидения как одного из основ формирования гражданского общества. Серьезными проблемами современного украинского телевизионного пространства является, прежде всего, необходимость существования в условиях рыночных законов, принадлежность определенным олигархическим группировкам, отсутствие чувства журналистской этики со стороны работников СМИ, правительства или должностных лиц, а также слабое развитие правовой защиты свободы слова. В дополнение к этим проблемам в России еще существует и проблема достаточно распространенного жесткого запугивания журналистов и работников сферы медиа. Поэтому, несмотря на конституционные гарантии свободы СМИ, с 2005 года Россия внесена в пятерку самых опасных стран для журналистской работы [15, р. 134]. В исторической ретроспективе сходство многих аспектов телевизионного пространства Украины и России имеет свое основание.

После распада СССР условия рыночной экономики были неизвестны и иногда весьма неожиданны для телевизионной индустрии обеих стран, которые в советское время получали от государства средства и расходные материалы, не беспокоясь о прибыльности своей деятельности, а инфляция и неплатежеспособность в то время рядовых граждан стали причиной того, что рекламный рынок был еще слишком слабым, чтобы обеспечивать полноценное функционирование новых частных телеканалов. Именно по этим причинам телевизионный бизнес заинтересовал успешных бизнесменов и представителей олигархата. Телевидение рассматривали не только как источник дохода, но и как элемент экономико-политического влияния в обществе, оставляя без внимания его основную функцию – информирование и подачу объективной информации, что фактически вывело на первый план межклановую борьбу. Телеканалы обычно становились подразделениями олигархического «холдинга», что повлекло ангажированность телевизионного контента и отсутствие отображения различных точек зрения и позиций. Российские медиаолигархи постсоветских времен Владимир Гусинский и Борис Березовский создали целые медиаимперии, экономический и политический контроль над которыми позволил манипулировать телевизионным пространством России. Государственный контроль за вещанием значительно возрос и после прихода Путина к власти.

В Украине ситуация качественно изменилась в период Оранжевой революции, что характеризовалось прежде всего увеличением уровня доверия к СМИ и постепенным освобождением последних от чрезмерного политического давления власти. В экспертном опросе, проведенном фондом «Демократические инициативы» в сентябре 2005 года, журналисты почти единогласно (88%) признали, что в Украине все-таки существует свобода слова [9]. После победы Виктора Януковича на президентских выборах и изменения модели власти на полностью подвластную президенту вертикаль, со значительным увеличением подвластности двух других ветвей власти – законодательной и судебной, логичным стало и наступление на четвертую власть – СМИ. Особенно удалась соответствующая «зачистка» телепространства, в первую очередь телеканалов, имеющих общенациональный охват. Как следствие, во всех рейтингах международных и отечественных организаций оценки независимости телевизионного контента в 2011-2012 гг. ухудшились. Однако они остаются посередине между полной свободой и полной зависимостью. Опираясь на исследование, которое провело и обнародовало издательство «Український тиждень» [6, с. 12], можно сделать вывод, что более 20 украинских телеканалов сконцентрированы в руках 4 человек. С помощью своих телеканалов владельцы влияют на сознание граждан, языковую политику, поддерживают политические позиции крупного бизнеса.

Итак, создание контента в телевизионной индустрии Украины и России происходит в условиях особого общественно-политического положения в государствах, ведь их телеиндустрия более соответствует советскому режиму, чем западной модели развития средств массовой информации. Рынок и политическое давление – две определяющие черты современного телевизионного контента в Украине и России. И именно необходимость «играть» по законам рынка в условиях цифровой революции создали новую конкурирующую онлайн и мобильную формы коммуникации на основе конвергенции телевидения и Интернета.

Как известно, в свое время немало критиков предостерегали общественную политику и медиабизнес от их «конвергентного будущего». Однако в условиях растущего использования Интернета и мобильных устройств больше медиаконтента теперь доступно на нескольких платформах, и это вполне подтверждает тот факт, что время конвергенции уже наступило. Стремительное «вмешательство» Интернета в телевизионную

индустрию породило общее мнение о том, что пришло время конца эпохи телевидения [3]. Однако, как оказалось в последние годы, телевидение в Интернете остается важной, но при этом одной из многих его функций, а для вещателей Интернет – пока одна из нескольких платформ доставки контента и совокупности ряда технологий, которые значительно ускорили развитие сети телевидения [13, р. 86].

Ежегодное исследование мирового лидера по маркетинговой информации компании «Nielsen» показало, что в среднем российский зритель тратит 4-5 часов своего времени на просмотр видеоконтента, и подавляющее большинство людей делает это путем использования традиционного телевидения. И хотя проценты и соотношения меняются с каждым годом, исследователи «Nielsen» пришли к выводу, что зритель переходит на новые технологии и устройства для того, чтобы облегчить свой доступ именно к телевизионному контенту. Количество людей, покупающих *HDTV* в России, свидетельствует лишь о том, что телевизор остается доминирующей платформой в современном мультиплатформном мире [16]. Согласно исследованиям Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), россияне, доверяющих телевидению (60%), примерно в три раза больше, чем тех, кто считает достоверным источником информации Интернет (22%). По данным ВЦИОМ, телевидение сегодня – крупнейший источник информации для россиян, Интернет остается на втором месте. Если СМИ сообщают противоречивые сведения об одном и том же событии, 60% респондентов склонны доверять именно телевидению. Правду в сети будут искать 22% россиян, газетам и журналам поверят лишь 7% опрошенных. Среди российских пользователей, которые активно пользуются сетью, получать информацию о ситуации в стране через Интернет предпочитают 48%, а телевидение занимает второе место (40%). Новости в сети чаще всего интересуют молодых людей от 18 до 24 лет. Показательно, что половина из них назвала Интернет своим главным источником новостей о событиях в стране. Чем старше респонденты, тем меньше внимания они уделяют всемирной паутине [7].

*Cooperation* (в пер. с англ. – сотрудничество) и *Coopetition* (в пер. с англ. – соконкуренция) – характерные черты для телевидения и Интернета [2, с. 45]. А для таких стран, как Украина и Россия, эти тенденции в сфере медиа стали глотком свежего воздуха. Ведь отличительной чертой современного сетевого мира есть свобода слова и выбора, а также возможности получения новостей на любой вкус. Положительная динамика роста интернет-аудитории в Украине в последние годы вполне это подтверждает.

Цифровая эпоха сделала конвергентное телевидение потенциально сильным игроком, в первую очередь обогатив его опытом двусторонней коммуникации с участием телеаудитории. В настоящее время происходит массовое «обогащение» всех возможных мобильных платформ специализированными телевизионными приложениями [8]. Повсеместное распространение смартфонов, планшетов и персональных компьютеров предоставляет большие возможности для разработчиков при создании интерактивного телевизионного контента, тем самым оказывает большое влияние на всю телевизионную отрасль [Там же]. Все большее общественно-политическое значение приобретает деятельность в сфере создания контента непрофессиональных участников, пользователей, доля которых уже достигает 15% от объема «цифровой вселенной». Сегодня пользовательский контент (*user-generated content* – *UGC*) существует наравне с традиционным студийным контентом. В Интернете люди печатают свои произведения, обмениваются мнениями, отвечают друг другу, выставляют фото и делятся различными файлами. И возможности постоянно только растут, а инструменты их реализации совершенствуются [12, р. 201].

Конвергентное телевидение – лучший инструмент для создания контента и привлечения аудитории. Его подход к медиарынку достаточно инновационный, поскольку он позволяет телезрителю получать именно тот контент, который необходим, а сети дает возможности индивидуально знакомиться со своей аудиторией и взаимодействовать с ней. Учитывая эти особенности, ведущие украинские телеканалы тоже подхватили западную тенденцию, поддавшись вызовам современного глобализирующегося мира, и начали создавать мультиплатформенный контент, что играет немаловажную роль в процессе формирования его общественно-политической части. Успешной контент-стратегией телеканала «ICTV» стало создание мобильного приложения новостной программы «Факты», что за полгода достигла 70 тысяч скачиваний. Теперь бывшая аудитория телевидения превратилась из пассивных телезрителей в активных пользователей телеконтента. На «Новом» канале можно выделить несколько форм обратной связи с аудиторией, среди которых социальные сети, форум, интерактив на сайте и онлайн-конференции. Каждый, кто авторизовался на сайте телеканала, имеет возможность комментировать видео, фото, новости и получать ответы от редакторов. Запуск проектов нового сезона в эфире обязательно сопровождается стартом интерактивной страницы программы на сайте, что позволяет аудитории чувствовать себя причастной к тому, что происходит на экране. Однажды по просьбе подписчиков «Нового» канала в социальных сетях редакторы даже изменили время выхода программы в эфир. На телеканале «Интер» для работы с онлайн-аудиторией создана специальная аналитическая группа, она отсеивает реальные обращения от комментариев и сообщений недостаточно адекватных пользователей. Однако редакционная команда телеканала все-таки не позволяет онлайн-аудитории вмешиваться в создание телевизионного контента, ведь, по их мнению, телевидение, в отличие от Интернета, – это длительный производственный процесс, который не предусматривает мгновенной реакции на замечания. Таким образом, прямого влияния онлайн-аудитории на общественно-политический контент телеканала фактически не существует [1, с. 11].

Современный зритель желает смотреть уникальный контент, выражать свое отношение к нему и принимать непосредственное участие в обсуждении актуальной темы. Исследования показывают, что российская телеаудитория все чаще использует социальные сети параллельно с просмотром телевизионных каналов. Так, российские зрители в среднем еженедельно участвуют в 10 акциях в социальных сетях, имеющих отношение к телевидению. К таким действиям относятся общения с друзьями и фанатами телевизионного шоу (69%),

подписки на телешоу или оценки в виде «лайков» (53%), рекомендации телепередач знакомым (57%), просмотр клипов и анонсов (68%), поиск информации и телепрограмм (62%), а также игры и участие в розыгрыше подарков (45%). Зрители больше заинтересованы в получении информации о телевизионных передачах из социальных сетей, чем в общении друг с другом на тему этих шоу. Сайты социальных сетей используются для получения информации о дате и времени трансляции (45%), для изучения последних новостей (46%), просмотра эксклюзивной информации (36%), видеороликов (47%) и информации о сюжете (36%) [10, с. 18].

Некоторые ученые считают, что благодаря своей интерактивности и практически невозможности цензуры информации конвергентное телевидение может вызвать революцию в сфере политической коммуникации, способствовать высвобождению творческой энергии, ликвидации общественной иерархии, эффективной поддержке демократии, целенаправленному росту влияния людей, которые ранее были только пассивными потребителями информации, и созданию новых разновидностей объединений людей [5]. По мнению американского исследователя Дэна Гилмора [13, р. 28], пришло время изменить устаревшую модель подачи новостей по типу «лекция», на новую – по типу «семинар».

Итак, будущее конвергентного телевидения в Украине и России выглядит более чем радужным. Однако наряду с положительными факторами (свобода выбора, отсутствие цензуры и соучастие в процессе создания контента), которые конвергентное телевидение предлагает своей аудитории, существуют и потенциальные опасности. Прежде всего, негативным аспектом современного конвергентного мира является содействие росту неравенства в сфере коммуникации и политической власти. Кроме того, бытует мнение, что даже если конвергентное телевидение в постсоветских странах станет новой информационной средой для предоставления информации массовой аудитории, в ней, вероятно, будут доминировать те же коммерческие ценности и корпоративные интересы, что и в «старых» средствах массовой информации. Подтверждением этого стало привлечение конвергентного телевидения в предвыборную кампанию 2012 года в Украине, когда политические силы впервые начали вкладывать немалые средства в работу с социальными сетями, хотя эффект от этой деятельности не был существенным. Политические силы, прежде всего, использовали эту новую медийную среду для продвижения каких-то конкретных видеороликов, фото, текстов, в том числе имевших признаки черного пиара. Сейчас информация, которую размещают пользователи, практически не агрегируется. Однако, по мнению исследователей, в ближайшее время возникнут новостные агрегаторы, благодаря которым появится возможность делиться новостями, как это сейчас принято в мониторингах компаний. Хотя такие прогнозы свидетельствуют лишь о том, что это может привести к «накрутке», и новости некоторых телеканалов будут специально отмечать как негативные.

Конвергентное телевидение, выполняя функцию посла телевизионного контента в онлайн, является отличным измеряющим инструментом зрительской аудитории, ведь технологии позволяют в режиме реального времени выяснять мнение зрителей и определяет численность тех, кто смотрит соответствующее шоу дома. Ситуация развивается в таком направлении, что в будущем каждый пользователь конвергентного телевидения станет подконтрольным, а затем конкретная информация будет направляться на соответствующую целевую аудиторию, что только увеличит возможности влияния и манипуляции общественным мнением. Исследования показывают, что конвергентное телевидение усиливает рейтинги, в частности, рейтинги влияния [11]. Новые технологии позволяют пользователям взаимодействовать и играть с контентом, как никогда раньше, и эти процессы развиваются семимильными шагами. В дополнение к этому еще одним фактором на пути феноменального успеха конвергентного телевидения в Украине и в России является отсутствие четкого законодательства по регулированию его присутствия в Интернете. В мире новых медиа пока никто не защищен законодательно, поэтому с легкостью может стать объектом манипуляции владельцев конвергентных информационных каналов.

Таким образом, приходим к следующим выводам. Индустрия телевидения Украины и России имеет немало сходств, так как развивается в особых условиях постсоветского пространства. Телевидение в этих странах остается самым влиятельным источником информации, однако развитие в сфере информационных технологий меняет его таким образом, что становится все труднее рассматривать традиционное вещание отдельно от конвергентного. Украина и Россия успешно подхватывают западные тенденции, но проанализировав успех этих стран в создании конвергентного телевидения, приходим к выводу, что наряду с положительными факторами, которые новые медиа дают своей аудитории, – свобода выбора, отсутствие цензуры и соучастие в процессе создания контента – в постсоветских странах существуют и потенциальные опасности. Исследование конвергентного информационного пространства Украины и России свидетельствует о том, что странам необходимо создать прочную законодательную базу, которая будет, во-первых, регулировать деятельность конвергентных телеканалов; во-вторых, защищать новый тип потребительской аудитории, ведь в конвергентном мире каждый человек является подконтрольным, но при этом незащищенным законодательно; в-третьих, предотвращать в процессе создания общественно-политического контента для конвергентного телевидения использование тех же приемов, что и в традиционном.

#### *Список литературы*

1. **Гривінський Р.** Телебачення і аудиторія спілкування поза ефіром // День. 2013. 17 августа.
2. **Калин А., Власов А., Пасечный Н.** Социальное ТВ и трансмедиа // Вестник электронных коммуникаций. М., 2012. Спецвыпуск. 112 с.
3. **Конец эпохи телевизоров отменен** [Электронный ресурс]. URL: <http://uadigital.tv/konec-epohy-televisorov-otmenen/> (дата обращения: 29.11.2013).

4. **Крапивенский А.** Контент-анализ политически-мотивированной лексики Рунета (на примере анализа статистики поисковых запросов в «Яндекс» и «Google») // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 10 (36). Ч. I. С. 101-107.
5. **Крос К., Гакет Р. А.** Політичні комунікації та новинні засоби масової інформації у демократичних країнах: суперечливі підходи / пер. с англ. Р. Ткачука. К.: Основи, 2001. 144 с.
6. **Початки олігархізації** // Український тиждень. 2011. 11 июля.
7. **Россияне все еще верят телевидению** [Электронный ресурс]. URL: <http://uadigital.tv/14082013/> (дата обращения: 29.11.2013).
8. **Соціальне ТБ: новий вид перегляду у світі** [Электронный ресурс]. URL: <http://prarus.info/ua/novyny/media-povyny/4201-sotsialne-tb-novyi-vyd-teleperehliadu-v-sviti> (дата обращения: 29.11.2013).
9. **Стан демократичних свобод і демократії в Україні (опитування експертів)** [Электронный ресурс]. URL: <http://dif.org.ua/ua/polls/2011-year/niwergojr.htm> (дата обращения: 29.11.2013).
10. **ТВ становится «социальным»** // MediaSat. 2013. № 08 (79).
11. **Bowman S., Willis C.** We Media: How Audiences Are Shaping the Future of News and Information. N. Y.: The Media Center at the American Press Institute, 2003. 623 p.
12. **Doyle G.** From Television to Multi-Platform: Less from More or More for Less? // Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies. 2010. Vol 16 (4).
13. **Gilmor D.** We the Media. Sebastopol, CA: O'Reilly, 2004.
14. **Gladarev B., Lonkila M.** Social Networks and Cellphone Use in Russia: Local Consequences of Global Communication Technology // New Media & Society. 2008. № 10 (2). P. 339-359.
15. **Oates S.** Television, Democracy and Elections in Russia. N. Y., 2006. 222 p.
16. **The Cross Platform Report Q4** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nielsen.com/us/en/reports/2012/the-cross-platform-report-q4-2011.html> (дата обращения: 29.11.2013).

#### PROSPECTS OF CONVERGENT TELEVISION IN POST-SOVIET STATES (BY EXAMPLE OF UKRAINE AND RUSSIA)

Gatrich Viktoriya Ruslanovna

*Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Ukraine  
vikahatrych@rambler.ru*

The article is devoted to the description of the main problems of television industry in the former soviet space, in particular, in Ukraine and Russia, and the grounds explaining the emergence of convergent television in these countries. The author determines the role of new media in the process of social-political transformations, and draws attention to the peculiarities of the functioning of the new type of television in the post-soviet conditions. The study results allow the author to outline potential problems associated with the prospects of convergent television development in Ukraine and Russia.

*Key words and phrases:* television industry; convergent television; new media; media content; Russia and Ukraine; former soviet countries.

УДК 008/398/811.511/39

#### Культурология

*В статье выявлены и проанализированы системы этнических ценностей мари и коми, определенные с помощью комплексной методики, объединяющей приемы гуманитарных наук с применением количественной оценки. Результаты наглядно представлены в виде диаграмм и схем, показывающих ранжированную последовательность восьми ценностных понятий. В иерархии выявленных ценностей особое место уделяется этике, показываются наиболее нетерпимые пороки, осуждаемые этносами. Источником ценностных ориентиров служат паремии этносов.*

*Ключевые слова и фразы:* ценность; система; паремия; фольклор; факторный и статистический анализ; графический метаязык; иерархия; ранжирование.

**Глухова Наталья Николаевна**, д. филол. н., профессор  
**Исанбаев Николай Исанбаевич**, д. филол. н., профессор  
*Марийский государственный университет  
gluhnatalia@mail.ru; kafful@marsu.ru*

#### СИСТЕМЫ ЦЕННОСТЕЙ МАРИ И КОМИ НА МАТЕРИАЛЕ ПАРЕМИЙ: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ<sup>©</sup>

Цель статьи – выявить и показать общее и особенное в системах ценностей родственных финно-угорских народов – мари и коми, определяемых на материале фольклорного жанра пословиц и поговорок (паремий).