

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

*На правах рукописи*

**ПРУТЦКОВ Григорий Владимирович**

**Роль медиа в формировании национального сознания  
малой нации в мультикультурном обществе  
(на примере Каталонии)**

Специальность 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика

Диссертация на соискание учёной степени доктора филологических наук

**Воронеж**

**2024**

# ОГЛАВЛЕНИЕ

|  |     |
|--|-----|
| ВВЕДЕНИЕ .....   | 4   |
| ГЛАВА 1. РОЛЬ ЖУРНАЛИСТИКИ В ФОРМИРОВАНИИ<br>НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ. ОТ ИСТОРИИ<br>К СОВРЕМЕННОСТИ..... | 14  |
| 1.1. Национальная идентичность через призму научных работ.....   | 15  |
| 1.2. Национальная идентичность каталонцев через<br>призму научной публицистики: опыт библиографии.....     | 17  |
| 1.3. Этапы формирования каталонского национализма<br>в процессе развития региональной журналистики.....    | 29  |
| 1.4. Идентичность как феномен в области психологической науки.....   | 69  |
| 1.5. Конструкт национальной идентичности.....  | 80  |
| Выводы по первой главе.....  | 91  |
| ГЛАВА 2. МЕДИАСИСТЕМА КАТАЛОНИИ<br>НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....   | 94  |
| 2.1. Журналистика как фактор борьбы за самоопределение<br>региона в XXI веке.....                          | 94  |
| 2.2. Национальные средства массовой информации Испании<br>после падения режима Франко.....                 | 102 |
| 2.3. Медиа система государства и национальная идентичность<br>населения регионов .....                     | 108 |
| 2.4. Каталонский язык как фактор национальной идентичности<br>в региональной медиасистеме.....             | 115 |
| 2.5. Аранский (окситанский) язык в каталонских<br>средствах массовой информации.....                       | 123 |
| 2.6. Региональный компонент в медиасистеме Каталонии.....  | 124 |
| Выводы по второй главе .....   | 127 |

|  |     |
|--|-----|
| ГЛАВА 3. ОБЩАЯ СИТУАЦИЯ В СМИ КАТАЛОНИИ<br>(НА ПРИМЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА<br>В КАТАЛОНИИ 2017-2018 гг.).....                                  | 129 |
| 3.1. Популярныe печатные средства массовой информации Каталонии.....   | 130 |
| 3.2. Речевые стратегии каталонских СМИ, предназначенные<br>для манипуляции общественным сознанием.....   | 142 |
| 3.3. Манипуляции в средствах массовой информации.....  | 162 |
| 3.4. Влияние медиасистемы Каталонии на движение<br>за независимость и национальную идентичность.....   | 187 |
| 3.5. Политический кризис в Каталонии 2017-2018 годов.....  | 191 |
| 3.6. Стратегии каталонских медиа в период подготовки<br>к референдуму о независимости 1 октября 2017 года и после<br>проведения референдума..... | 202 |
| 3.7. Роль журналистики новых медиа в современной Каталонии.....  | 208 |
| Выводы по третьей главе.....   | 214 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....  | 217 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ<br>И ИСТОЧНИКОВ.....  | 220 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ.....  | 232 |
| Приложение 1. Словарь используемых терминов.....   | 232 |
| Приложение 2. Список упоминаемых медиа.....  | 248 |
| Приложение 3. Список упоминаемых личностей.....  | 265 |

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность исследования.** В настоящее время на первый план в формировании национального сознания малой нации в мультикультурном обществе выходит роль медиа, что мы и постараемся показать в данном исследовании на примере Каталонии. Налицо значительное влияние медиасистем и отдельно взятых средств массовой информации, особенно новых медиа, на ситуацию в социуме и на формирование общественного мнения относительно различных актуальных проблем, в том числе и относительно поисков национальной идентичности. Вектор процесса формирования и последующего развития такого конструкта, как национальная идентичность, в наши дни во многом определяется именно медиа.

**Степень изученности проблемы.** Изучение влияния каталонской журналистики на формирование национального сознания и общественно-политические процессы в регионе и стране неоднократно предпринималось в Испании. Особенность и недостаточная объективность таких исследований во многом объясняется национальным фактором: подавляющее большинство мадридских авторов научных статей и монографий – этнические испанцы. Они оценивают происходящие в Каталонии процессы, как правило, с точки зрения представителя титульной нации, изучающего малую нацию в испанском мультикультурном обществе. Каталонские исследователи, наоборот, рассматривают аналогичные процессы с каталоноцентричных позиций. И те, и другие взгляды, по нашему мнению, ограничены и не дают возможности исследователям подняться над ситуацией, посмотреть на неё максимально беспристрастно.

Сталкиваясь с испанской (а также каталонской) научной литературой, можно заметить, что она имеет свои особенности и отличается от традиций общеевропейской научной литературы. Исследователи из Каталонии охотно смешивают науку и политику, отказываясь от традиционной объективности данных и стараясь с самого начала чётко обозначить свою точку зрения,

отношение к предмету исследования и заочно полемизируя со своими возможными оппонентами. Так, с начала XX века в работах крупнейших каталонских учёных-гуманитариев прослеживается стабильная тенденция к ангажированности. Эта ангажированность в отдельных случаях доходит до отчётливой политической или идеологической окрашенности научного повествования, а стиль серьёзного исследования в подобных случаях приобретает элементы публицистичности<sup>1</sup>.

**Объект исследования:** процесс формирования национального сознания малой нации в мультикультурном обществе.

**Предмет исследования:** роль медиа в формировании национального сознания малой нации в мультикультурном обществе на примере Каталонии.

**Хронологические рамки работы** охватывают период от формирования журналистики Каталонии в XIX веке и национальной идентичности каталонцев до конца 2010-х гг., когда в 2017 году был проведен референдум о независимости Каталонии. При этом основное внимание уделяется современному этапу развития региона, медиа и национального сознания.

**Цель исследования:** изучение роли медиа в создании национального сознания малой нации в мультикультурном обществе, роли медиа в формировании национальной идентичности.

Данная цель определила постановку следующих **исследовательских задач**:

1. Изучить роль журналистики в формировании национальной идентичности.
2. Рассмотреть медиасистему Каталонии на современном этапе, представить общую ситуацию в средствах массовой информации Каталонии.
3. Проанализировать политический кризис в Каталонии 2017-2018 годов, исследовать стратегии различных медиа в период подготовки к референдуму о независимости 1 октября 2017 года.
4. Рассмотреть механизмы формирования общественного мнения.
5. Выявить функции журналистики в новых медиа.

---

<sup>1</sup> Подробнее о степени изученности вопроса сказано в параграфе 1.1 «Национальная идентичность каталонцев через призму научной публицистики: опыт библиографии».

**Теоретико-методологические основы исследования** представляют собой комплекс теоретических положений, принципов, подходов и конкретных методов исследования:

– метод экспертных оценок, полученный через интервью с экспертами и научные источники, для анализа и прогноза развития потенциала средств массовой информации Каталонии в формировании национального сознания малой нации в мультикультурном обществе;

– анализ источников средств массовой информации, используется для формирования тезисов на основе анализа СМИ, выдвигаемых в работе;

– метод описательного моделирования международных процессов, используется для анализа роли средств массовой информации Каталонии в формировании национального сознания малой нации в мультикультурном обществе;

– сравнительный метод, используется для анализа современного этапа развития средств массовой информации Каталонии, выявления особенностей их влияния на социум автономного сообщества.

Чтобы проследить роль журналистики в формировании национальной идентичности, сделав это на примере автономного сообщества Каталония, необходимо обозначить определение мультикультурного общества, на которое мы будем упираться при исследовании данной темы. Под мультикультурным обществом подразумевается «термин, состоящий в том, что вследствие всеобщей миграции все больше людей с различными культурными мировоззрениями, индивидуальными представлениями о ценностях, вероисповеданием, этническим происхождением и языком общения живут одном обществе, где взаимное уважение, признание культурных различий является основополагающим принципом и политической задачей»<sup>2</sup>.

Также необходимо было сначала определить, что же представляет собой идентичность как таковая с точки зрения психологической науки, почему этот феномен имеет такое значение и в жизни отдельного индивида, и в истории

---

<sup>2</sup> Энциклопедия Брокгауза. URL <http://www.brockhaus.de/brockhaus/enzyklopaedie/30baende/online.php>.

народа. Для понимания сути национальной идентичности рассматриваются базовые движущие силы развития нации<sup>3</sup>. В исследовании наглядно показано, что стадии развития региональной журналистики Каталонии одновременно являются этапами формирования каталонского национализма. Каталонская журналистика имеет свои уникальные особенности, которые оказывают влияние на ситуацию, связанную с национальным самосознанием. Одной из самых характерных черт каталонской журналистики является ее двуязычность. Журналистика неизменно играет важную роль в борьбе за самоопределение региона, а в XXI столетии уверенно выходит на первый план, поскольку средства массовой информации трансформируются в новые медиа, чье влияние на умы и сердца поистине всепроникающее.

Теоретически испанцы считают себя единой нацией, сформированной на основе различных этнических групп, основными из которых являются каталонцы (15,6%), андалусийцы (15,6%), кастильцы (11,1%), валенсийцы (9,7%), галисийцы (7,4%) и баски (5,6%). Однако, идеологи каталонского национализма активно сопротивляются слиянию различных этнических групп в единую нацию, центром которой в свое время явилась средневековая Кастилия, ее язык, культура, мощная администрация и армия<sup>4</sup>. Напомним, что под нацией принято понимать как совокупность граждан определенного государства, так и исторически сформировавшуюся политически независимую общность равноправных и полноправных граждан, обладающих уникальной национальной идентичностью<sup>5</sup>. Нация – в большей степени политическая, нежели культурно-этническая группа. Закономерно, что новая редакция Конституции автономии, регламентирующая жизнь Каталонии и ее отношения с центром (Мадридом) сегодня заявляет о том, что каталонцы – отдельная нация, а никоим образом не испанцы по национальности (национальность принято рассматривать в качестве принадлежности индивида к определенной нации) и

---

<sup>3</sup> Аршин К. Нация. // Энциклопедический поиск. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsiya/viewer>

<sup>4</sup> Eller Jack David. Ethnicity, Culture, and "The Past" // Michigan Quarterly Review. 1997. Vol. 36, № 4.

<sup>5</sup> Горобей М. Сепаратистские настроения в Каталонии: предпосылки, значение и вероятное влияние на современную геополитическую обстановку. Центр стратегических оценок и прогнозов. URL: <http://csef.ru/ru/oboronaibezopasnost/340/separatistskienastroeniyavkataloniipredposylkiznachenieiveroyatnoevliyanienasovremennuyugeopoliticheskuyuobstanovku8111> (дата обращения 25.11.20).

не просто этническая группа (далеко не всегда имеющая возможность возвыситься до уровня нации). При этом в Конституции Испании национальная реальность Каталонии трактуется как национальность.

Достижение цели исследования было бы невозможно без развернутой картины медиасистемы Каталонии на современном этапе. Подробный анализ положения национальных средств массовой информации в период непосредственно после окончания диктатуры Франко позволяет увидеть, как быстро и бурно развивался каталонский национализм при активной идеологической поддержке региональных медиа. Медиасистема Каталонии является национально ориентированной, благодаря ее усилиям конструируется мощный концепт национальной идентичности населения автономного сообщества, пропагандируется каталанский язык, более того, благодаря средствам массовой информации этот язык становится истинным символом национальной идентичности. Вышеуказанные постулаты подтверждаются в ходе анализа популярных печатных средств массовой информации Каталонии. Каким же образом региональные средства массовой информации добиваются такого влияния на население автономного сообщества? Ответ на этот вопрос можно получить, если беспристрастно проанализировать речевые стратегии каталонских СМИ, предназначенные для манипуляции общественным сознанием.

В исследовании рассматриваются средства массовой информации и медиасреда в качестве значимых факторов формирования общественного мнения. Одним из ключевых признаков современного информационного пространства выступает активное задействование СМИ как ведущего механизма для формирования общественного мнения. Организационно-технические аспекты медиасистемы (не в последнюю очередь благодаря возможностям сети интернет) сегодня способны обеспечить практически мгновенное и фактически ничем территориально не ограниченное распространение и вербальной, и аудиовизуальной информации. Средства массовой информации организуют, без преувеличения, массированные



идеологические атаки на социум, и, соответственно, не только отражают, но и (даже в большей степени) конструируют общественное мнение. У потребителя контента СМИ, исподволь и напрямую, формируют однозначные и, зачастую, безапелляционные оценочные мнения, причем нередко аудитории средств массовой информации кажется, что эти мнения возникли в их сознании, будучи продиктованы жизненным опытом и здравым смыслом, а никак не сотрудниками медиа. Не случайно общественное мнение сегодня выступает важным компонентом категориального аппарата журналистики как науки.

На примере ситуации в Каталонии отчетливо видно, как именно традиционные средства массовой информации и новые медиа используются для совершения попыток политических преобразований, манипуляций сознанием аудитории и пропаганды сепаратизма.

Если галисийцы никогда не высказывали выраженного стремления к независимости, а баскское сепаратистское движение в 2010-х годах утратило силу, то борьба за самоопределение каталонцев, наоборот, усилилась. Переход каталонского национализма в сепаратизм в XXI веке был обусловлен рядом причин. В первую очередь свою роль сыграло в целом слабое экономическое развитие Испании и наличие больших диспропорций между отдельными регионами. Каталония всегда была и остаётся регионом-донором, и в массовом сознании каталонцев сложился стереотип национальной исключительности. Кроме того, на этот процесс повлиял низкий уровень политической культуры: игнорирование испанского законодательства, не предусматривающего выход региона из состава страны. Наконец, третья причина – глобализация, способствовавшая размыванию границ между народами и культурами. В ответ на этот вызов времени многие малые нации Европы, к числу которых относятся и каталонцы, стремятся отстоять своё своеобразие, не допустить утраты собственного языка и традиций.

Сила каталонского сепаратизма заключается прежде всего в экономической мощи региона по сравнению с другими районами Испании. Кроме того, он опирается на исторические основания: каталонцы неоднократно

притеснялись как нация в ходе испанской истории. Так было и в 1714 г. при подавлении королём Филиппом V каталонского восстания, так было и в период правления Франко. В этой связи нынешние лидеры Каталонии опасаются возможных притеснений со стороны Мадрида, и эти страхи стимулируют их борьбу за независимость. Кроме того, подпитывают сепаратизм в Каталонии и внешние силы. В частности, референдум в Каталонии в 2014 году поддержала Шотландия<sup>6</sup>.

Начало XXI века ознаменовалось усилением борьбы за государственное самоопределение Каталонии – в том числе через институты регионального управления. К этому времени в каталонском обществе сформировались два взгляда на будущее: широкая автономия в составе Испании и полная независимость от Мадрида с созданием собственного государства. Индепенденты, в свою очередь, разделились на тех, кто видит независимую Каталонию в современных административно-территориальных границах, и тех, кто считает, что она должна включать в себя все земли, которые они относят к каталонским. В последнем случае в состав нового государства должны войти испанская автономная область Валенсия, Балеарские острова, провинция Перпиньян во Франции, город Альгер на острове Сардиния в Италии. При этом, согласно социологическим опросам, в 2005 году лишь 20,7% опрошенных высказались за получение политической независимости региона.

Политический кризис в Каталонии 2017-2018 годов позволил наглядно увидеть стратегии различных региональных медиа в период подготовки к референдуму о независимости 1 октября 2017 года. На примере каталонских средств массовой информации можно детально рассмотреть механизмы формирования общественного мнения, а также функции журналистики в так называемых новых медиа.

Новые медиа объединяют различные слои общества, создавая доступную практически каждому человеку уникальную социальную сферу, где взаимодействуют тексты, смыслы, ценностные установки. В сфере медиа как

---

<sup>6</sup> Requejo F. Federalismo plurinacional y pluralismo de valores. El caso español. Madrid, 2007 P. 125.

таковых, и, в частности, новых медиа формируются и развиваются идеологии. В случае Каталонии именно медиа дали мощный толчок формированию и развитию национальной идентичности населения, националистической идеологии и идей сепаратизма.

Суждено ли в XXI веке мировому сообществу окончательно стереть различия между нациями? Глобализация, то есть разворачивающаяся в мировом масштабе в области не только экономики и политики, но и культуры и религии интеграция и унификация, а также утверждение (благодаря сети интернет) единого информационного пространства действительно размывают национальные границы. Налицо кризис конструкта, называемого «национальной идентичностью». Возьмем ли мы это понятие с собой в будущее, или оно останется лишь на страницах учебников истории? Национальные государства изжили себя и уходят в прошлое, как предрассудок и пережиток юности человечества? Тем не менее, именно текущее столетие продемонстрировало нам, что чаяния относительно скорой кончины национализма не подтвердились на практике. Геополитическая парадигма как XX века, так и XXI века показывает нам, что именно националистические идеи становятся для многих и многих политических движений, без преувеличения, главным ориентиром, «путеводной звездой». Кризис национальной идентичности вряд ли может угрожать миру, где постоянно растет количество национальных государств. Одним из самых ярких примеров здесь может служить распад Союза Советских Социалистических Республик на пятнадцать национальных государств, в том числе и Российскую Федерацию, в конце XX столетия, несмотря на то, что Конституция СССР 1977 года торжественно декларировала формирование «новой исторической общности – советского народа».

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Журналистика стала важнейшим фактором формирования национальной идентичности каталонцев в XIX веке. На протяжении всего XX века – и в годы расцвета Каталонии, ее культуры и

национального сознания, и в годы фактического запрета каталонской идентичности в эпоху диктатуры Франко – журналистика являлась фактором, сплачивающим нацию, и оказала решающее влияние на борьбу за самоопределение региона в XXI веке.

2. Каталонский язык был и остается важнейшим символом национальной идентичности каталонцев в региональной медиасистеме, при этом региональная медиасистема является сектором общенациональной медиасистемы страны. Медиасистема Каталонии активно повлияла на движение за независимость и национальную идентичность.
3. Традиционные средства массовой информации Каталонии, новые медиа и социальные сети стали основополагающим фактором формирования общественного мнения на современном этапе. Предпринятые каталонскими медиа коммуникативные стратегии позволили властям региона одержать победу в референдуме о независимости Каталонии 1 октября 2017 года и поддерживать общественное мнение в период, когда власти Мадрида, объявив референдум незаконным, жестко отреагировали на ситуацию.
4. Манипуляции в средствах массовой информации, новых медиа и социальных сетях успешно формируют у населения региона определенные точки зрения, политические взгляды и видение перспектив развития Каталонии. Избыточность информационных потоков, пронизывающих интернет-пространство, приводит к тому, что пользователь утрачивает ориентиры и не способен эффективно противостоять изощренным манипулятивным техникам. Чрезмерное количество информации исключает ее успешное контролирование и своевременное отсеивание заведомой дезинформации.
5. Формирование национального сознания происходит не только силами качественных, новостных медиа, но и специализированных периодических изданий – спортивных, музыкальных, культурных,

детских и т.п., которые выходят за рамки своей тематической направленности и создают эффект всеохватывающего информационного воздействия.

#### **Апробация результатов исследования:**

По теме исследования опубликовано 20 статей в четырех журналах перечня ВАК, Scopus, Web of Science («Медиаальманах», «Медиаскоп», «Вопросы теории и практики журналистики», «Международные процессы»), 30 – в научных сборниках и журналах, не входящих в перечень ВАК («Гендер и СМИ», «Цифровизация медиа: коммуникация, аудитория, реагирование», «Цифровые трансформации СМИ: региональный, национальный, глобальный аспекты», «Актуальные проблемы медиаисследований» и др.).

#### **Структура работы.**

Исследование состоит из введения, трех глав, разделенных на параграфы, списка использованных источников и литературы.

## ГЛАВА 1.

### РОЛЬ ЖУРНАЛИСТИКИ В ФОРМИРОВАНИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ. ОТ ИСТОРИИ К СОВРЕМЕННОСТИ.

Поскольку средства массовой информации в настоящее время играют все более значимую роль и охватывают практически все грани жизнедеятельности как отдельных граждан, так и государств, СМИ сейчас способны не только служить локацией для разворачивания общественных дискуссий, выступать в качестве способа донесения необходимых информационных потоков гражданам государства, играть роль в деле просвещения масс, но и становиться мощным методом ведения пропаганды, служить катализатором как противостояния, так и объединения отдельных групп граждан.

Журналистика как сфера общественной деятельности оказывает влияние на социум в целом и на характерные особенности выстраивания социальных коммуникационных траекторий, в частности <sup>7</sup>. Соответственно, средства массовой информации не могут не оказывать влияние и на процесс формирования и развития такого многопланового феномена, как национальная идентичность. Современная информационная среда, то есть то пространство, в котором создаются, циркулируют и воспринимаются информационные потоки<sup>8</sup>, позволяет людям осознать (а иногда буквально заставляет людей прийти к подобному осознанию) их этническую, идеологическую, религиозную принадлежность, их соотнесенность с той или иной социальной стратой, их гражданскую позицию. В итоге человек, взаимодействующий, хотя бы «по касательной», с информационной средой (то есть практически любой гражданин), вынужден так или иначе задаться вопросом о собственной национальной идентичности, на сознательном или на подсознательном уровне.

---

<sup>7</sup> Фролова Т.И. «Гуманитарная повестка российских СМИ» // М.: МедиаМир, 2014. URL: [http://www.journ.msu.ru/files/25.11.14.%2023.30%20Gumanitar\\_povestka\\_gos\\_SMI%20\(1\)23.30.pdf](http://www.journ.msu.ru/files/25.11.14.%2023.30%20Gumanitar_povestka_gos_SMI%20(1)23.30.pdf)

<sup>8</sup> Пронина Л.А. Современная информационная среда как новая форма бытия человека // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-informatsionnaya-sreda-kak-novaya-forma-bytiya-cheloveka/viewer>

Одна из ключевых особенностей наших дней – насыщенность социума разнообразными информационными потоками, и его можно по праву охарактеризовать, как информационное общество, в котором непрерывно идет генерирование и отбор информации, формирующей и поддерживающей национальную идентичность человека.

Мировое сообщество в XXI веке продолжает стремительно стирать различия между нациями. Интеграция и унификация разворачиваются в мировом масштабе – причем в области не только экономики и политики, но и культуры и религии. Кроме того, утверждение единого информационного пространства благодаря сети интернет также способствует размыванию национальных границ. Налицо кризис конструкта, называемого «национальной идентичностью».

### **1.1. Национальная идентичность через призму научных работ**

Существует три основных способа рассмотрения феномена идентичности. Наиболее распространен социально-психологический подход, рассматривающий идентичность в качестве субъективного представления индивида относительно собственного «Я». Коммуникативный подход к проблеме формирования и развития идентичности предполагает, что личность обретает идентичность в процессе обмена информационными единицами с окружающими людьми и социальными институтами. Социально-критический подход к проблеме идентичности рассматривает возможность ее формирования и развития в политической, экономической, исторической, религиозной парадигме. Идентичность с точки зрения социально-критического подхода являет собой достаточно жесткие заданные социумом и исторической неизбежностью рамки.

Идентичность не может принять конечную строго определенную, завершенную форму, поскольку непрерывно трансформируется, меняется, обогащается. На протяжении всего жизненного пути личность осознанно либо произвольно продолжает формировать свою идентичность.

Как отмечает С.Н. Земляной, процесс глобализации конца XX – начала XXI веков, отразившийся на национальной идентичности людей, сильно снижает<sup>9</sup> важность национальных вопросов по всему миру. Однако вместе с тем автор подчеркивает, что «в подавляющем большинстве стран именно государство продолжает оставаться основой несущей конструкцией национальной идентичности». Таким образом, несмотря на процесс глобализации, идентичность продолжает сохранять свое значение, хоть и с определенными особенностями.

Так, З.С. Иванова указывает на то, что «идентичность эпохи глобализации является предметом выбора, характеризуется гибкостью, подвижностью»<sup>10</sup>. Что не менее важно, «объединяющие национальные идеи утратили свою силу», отмечает автор.

Все это свидетельствует о крайне парадоксальной ситуации, которую отмечают А.В. Дятлов и Д.В. Гугаева<sup>11</sup>, говоря об особенностях национальной идентификации в Европе, среди которых выделяют следующие:

- «Национализм предшествует нациям»;
- Стремление европейцев придать национальной идентичности архиважное значение, прибегая к историческому контексту;
- Спор между европейскими нациями о существовании «европейской нации» и исторических корнях каждой из наций.
- Либеральность современной культуры, которая, подобно глобализации, влияет на национальную идентификацию в обратную сторону.

Таким образом, национальная идентичность – область важных и многовековых споров, которые сейчас находятся под влиянием процесса глобализации, однако не теряют свою важность.

---

<sup>9</sup> Земляной С.Н. Глобализация и национальная идентичность // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-i-natsionalnaya-identichnost-1/viewer>.

<sup>10</sup> З.С. Иванова Нация и национальное самосознание // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsii-i-natsionalnaya-identichnost-1/viewer>.

<sup>11</sup> А.В. Дятлов и Д.В. Гугаева «Национальная идентичность как основа европейской идентичности» // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnaya-identichnost-kak-osnova-evropeyskoy-identichnosti/viewer>.



## **1.2. Национальная идентичность каталонцев через призму научных работ: опыт библиографии**

Историко-политические условия последних трёх десятилетий для каталонских учёных оказались наиболее продуктивными в контексте изучения всего, что связано с аспектом национальности. Восстановление демократической системы в обществе, активное культивирование тенденций гласности и публичности позволило исследователям подойти к проблемам, ранее имевшим статус табуированных, а также применить новые подходы к изучению тем, требующих отказа от традиционных формулировок. К первой группе гуманитарного дискурса как раз и относится проблема национального самосознания, или идентичности Каталонии и каталонского народа. Несмотря на то, что за долгие годы франкизма какое-либо обсуждение феномена каталонизма было в принципе невозможно, уже вскоре после смерти Франко появляются первые статьи и монографии, которые затрагивают ту или иную часть каталонского национального дискурса. Активная исследовательская работа привела к тому, что к началу XXI века в научном сообществе Испании уже сформировались пока ещё не структурированные формально, но по всем другим признакам вполне полноправные школы, занимающиеся проблемой национальной идентичности конкретного региона. Причём, к сегодняшнему дню в рамках всего дискурса даже успели возникнуть и укрепиться несколько зачастую прямо противоположных подходов к вопросу, со своими трактовками и особенностями. Примечательно, что научные работы, написанные о феномене каталонского самосознания, делятся по языковому признаку почти поровну. О каталонизме пишут как по-испански, так и по-каталански.

Важно отметить, что традиции современной испанской (и каталонской, в частности) научной литературы с начала XX века имеют стабильную тенденцию к ангажированности. Эта ангажированность в отдельных случаях доходит до отчётливой политической или идеологической окрашенности научного повествования, а стиль серьёзного исследования в подобных случаях приобретает элементы публицистичности. Дело в том, что большинство

гуманитарных наук, в число которых входят и исследования о различных аспектах и проблемах национальной идентификации народов Испании, классифицируются в Евросоюзе как науки социальные, что испанским учёным истеблишментом толкуется как синоним актуальной ангажированности. Известный журналист и учёный Жозе Сервера так объясняет этот подход: «Для того, чтобы управлять мнениями, надо знать, где мы находимся в данный момент, потому что иначе мы никуда не двинемся. В этом роль науки – дать обществу наилучшую оценку сегодняшнего дня, чтобы политика могла определить дальнейший путь»<sup>12</sup>. Интересно, что официальная государственная политика Мадрида коррелирует с этим трендом, однако её конечная цель существенно разнится с целями научного сообщества.

Несмотря на разницу в подходах, большинство учёных Испании и Каталонии, занимающихся разработкой проблем национальности, самоопределения и идентификации народа, сходятся в том, что следует принимать сегодня за исходные позиции во всех исследованиях подобного рода. В современных условиях, говорят учёные, национальность и национальное самоопределение складывается из ряда факторов: совокупности политических и общественных структур, экономического, социального и культурного контекста, языковых общностей и наличия у членов конкретного общества сходных друг с другом (а в идеале единых) интересов и задач. Все эти факторы представляются современной испанской наукой как взаимосвязанные переменные, способные как генерировать сценарии развития нации, так и реагировать на изменения уже готовых моделей, подстраиваясь под перемены и подстраивая их под свои интересы. Разница в научных подходах к вопросу каталонского самоопределения состоит в том, как учёный трактует способы и модели объединения народа, с каких позиций анализирует традиционные *modus operandi*, сложившиеся у представителей народа за столетия развития, а также как с точки зрения этической дифференциации он воспроизводит в своих работах перечисленные контексты. Несмотря на то, что, на первый взгляд,

---

<sup>12</sup> Интернет-источник. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44577130>.

нормы и установки западной этики сложились уже в позапрошлом столетии и в классических трудах философов обрели свой кодифицированный, устоявшийся вид, в современной ситуации этические постулаты оказываются под реальной угрозой пересмотра в угоду политической и идеологической тенденции руководящих элит конкретного региона.

Одна из крупнейших монографий последних лет, посвящённая вопросам национальной самоидентификации каталонцев, – это книга Мартина Алонсо «Каталонизм. От успеха до экстаза» (2014). Написанная профессором политологии и социологии университета Бильбао в трёх томах с привлечением громадного количества материалов, монография претендует на статус фундаментального труда по проблемам каталонского национализма. И действительно, с одной стороны, автор провёл впечатляющую работу по выявлению целого ряда основополагающих причин и далеко идущих последствий такого общественного феномена, как каталонизм. Алонсо анализирует идентичность каталонцев через язык, риторику публичных выступлений и СМИ, приводит цитаты из политических и революционных программ разных лет, вскрывает механизмы, которые разные стороны политических кризисов Каталонии используют для манипуляций с национальной историей и народной памятью. По мысли учёного, каталонцы всегда имели все необходимые эмоциональные ресурсы для быстрой и эффективной мобилизации ради окончательного самоопределения, но каждый раз сталкивались с какой-нибудь силой, которая с той или иной долей успеха пользовалась этими благородными чертами каталонского национального характера в своих собственных целях. Однако уже эта чётко выраженная полемичность Мартина Алонсо дезавуирует объективность исследования. Исследователь подходит к проблеме с неожиданной позиции: как правило, учёные современной Испании довольно отчётливо делятся на тех, кто рассуждает о процессах, связанных со становлением национального самосознания Каталонии, с известной долей симпатии, и тех, кто свободолобивые тенденции сегодняшнего каталонского общества не одобряет,

считая их сепаратистскими. Алонсо, в свою очередь, придерживается критических позиций, но критикует феномен современного каталонизма не как представитель «мейнстримовой» мадридской точки зрения, завязанной на постулате о единстве и неделимости Испании и её народа, а как радикально левый мыслитель, видящий в процессах каталонизации Каталонии подлог истинно насущных ценностей, обман народа, игру с националистическими стремлениями большинства населения стремящегося к независимости региона. В этом плане характерен подзаголовок первого тома книги Мартина Алонсо: «Генезис социальной проблемы». Современные политические элиты, использующие в своей риторике националистические лозунги, по мысли учёного, только распаляют эмоции, раздувают и так уже почти зашедшую в тупик проблему и используют настроения масс в своих интересах. То есть интеграция лево-социальной и националистической струи в политическом тренде региона по сути является идеологическим фантомом, неспособным реализовать цели каталонцев и отдаляющим регион от обретения суверенитета, а не приближающим к нему. Основной целью критики профессора Алонсо в его книге являются либералы, которые, по его мнению, используют Каталонию в своих интересах ещё с конца XX века и выстроили свою стратегию так, что при любом раскладе они (политики) останутся в выигрыше.

Тот же Мартин Алонсо в 2004 году выпустил монографию «Универсальная ненависть. Верования, эмоции и насилие». В этой книге профессор проводит глубокий анализ риторики политических деятелей сепаратистских движений Испании, в основном баскских и каталанских, и проводит параллели с теми тенденциями, которые имели место в свобододолюбивых регионах страны в период Гражданской войны с Франко. Автор приходит к выводу, что от лозунгов 1930-х годов осталось в принципе достаточно мало, а их место в наше время занимают более агрессивные, безапелляционные и зачастую авантюристские речи, звучащие громко, красиво, но на практике не способные подвигнуть народ к созидательным действиям.

Интересна и другая книга профессора Алонсо, которую он написал в соавторстве с коллегой по университету Бильбао Марией Прадо. Она называется «Этика дебатов. Условия, предпосылки и формы дискуссии». Ценной для нашего исследования эта книга представляется потому, что в ней авторы глубоко проанализировали выступления каталонских политиков и общественных деятелей за первое десятилетие XX века. Опираясь на теоретические постулаты классических европейских философов и обосновывая собственную концепцию этики ведения спора, Алонсо и Прадо делают неутешительный вывод о том, что современная цивилизация в многочисленных дискурсах всё дальше отходит от принципов корректности и аргументированности, всё чаще используя такие средства языкового воздействия, которые всего полтора века назад называли бы аморальными.

Перекликается с этой работой большая статья Мартина Алонсо «Риторика политического насилия», опубликованная в научном сборнике с характерным названием «Политическое насилие. История, память и жертвы». В статье, как и во всём сборнике в целом, отношение к каталонизму выражено довольно явно как к источнику сепаратистских радикальных настроений, ведущих за собой насилие, этническое и социальное противостояние. Алонсо показывает, как средства массовой информации способны радикализировать массы людей, становясь, по сути, зачинщиками новых конфликтов современности.

Более традиционных, относящихся к сложившейся дуали «про-контра» взглядов на вопросы каталонизма и национального самосознания, вообще придерживаются авторы других исследований последних двадцати лет. Если анализировать количество исследований, рассматривающих проблему становления каталонского самосознания с «официальной» мадридской точки зрения, и исследований, относящихся к каталонизму с симпатией, то результаты подсчётов с той и с другой стороны будут примерно одинаковыми.

Среди самых показательных и влиятельных работ, написанных учёными, которых условно можно назвать антикаталонистами, стоит отметить монографию Жауме Кларета и Мануэля Сантрисо «Конструкция каталонизма.

История политических усилий». Интересно, что один из авторов книги – этнический каталонец, однако оба учёных придерживаются консервативных позиций и считают идею каталонизма деструктивным, ярким примером радикального национализма. Правда, данное исследование отличается от других достаточно комплексным подходом к проблеме и глубиной аргументации: в концепции современного каталонизма они усматривают синтез различных идеологий XX века, причём как реакционных, так и прогрессивных, и именно в этом внутреннем противоречии они видят главную проблему всех политиков и мыслителей, пытающихся отстаивать самостоятельность каталонской идентичности.

Ещё один достаточно влиятельный каталонский интеллектуал, отстаивающий несостоятельность радикального каталонизма и на протяжении многих лет последовательно доказывающий необходимость глубокой интеграции каталонцев в испанское общество – это учёный и журналист Энрик Хулиана, заместитель главного редактора крупнейшей каталонской газеты «Ла Вангвардиа» и политический обозреватель в Мадриде. В своих работах Хулиана резко критикует своих соотечественников-националистов с одной стороны, призывая испанские власти идти на более тесный контакт с регионом ради взаимной выгоды. Находясь на центристских либеральных позициях, публицист отстаивает идеи объединённой Европы и единой Испании. Наиболее известна в мире его первая книга – исследование с ироничным названием «Испания пингвинов. Антибалканский взгляд на испанское будущее: возможно ли согласие?» Как ясно из заголовка, проблему каталонского сепаратизма Хулиана открыто сравнивает с ситуацией, сложившейся в Восточной Европе в начале 1990-х годов, когда Югославия распалась на несколько враждующих друг с другом государств, что привело к кровопролитным бессмысленным войнам. Чтобы не допустить подобного положения дел на Пиренеях, Хулиана требует от каталонцев большей лояльности к Мадриду и понимания необходимости глубже проникать во все испанские институты власти, осознавая себя в первую очередь представителями единого испанского народа.

Позиции Энрика Халианы перекликаются со взглядами известнейшего испанского философа начала XXI века Антонио Роблеса. На протяжении нескольких десятков лет он является одним из влиятельных противников каталонского национализма, считающего саму идею каталонизма в отрыве от остальной части испанского народа преступной и противоречащей объективному ходу истории. Каталонистов, выступающих в прессе с пропагандой сепаратистских настроений он называет «иностранцами в своей стране», чуждыми нации, народной культуры и народному духу. Проанализировав публикации в каталонской прессе с начала 2000-х, Роблес обнаружил, что большинство радикальных идей в печати и аудиовизуальных СМИ современной Каталонии выходят на национальном языке, в то время как противоположные точки зрения на проблему по-каталански практически не известны публике. В связи с этим Роблес стал инициатором громкой кампании среди каталонских журналистов, которая получила провокационное название «И по-испански тоже, пожалуйста». Самой значительной книгой философа, посвящённой критике каталонизма, можно назвать его работу «История сопротивления национализму в Каталонии», в которой автор доказывает, что значительная часть населения и истеблишмента региона выступает против самоизоляции на всех уровнях.

Интересный подход к проблеме каталонизма обнаруживается в работах другого известного испанского публициста и журналиста Ивана Тубау. Будучи защитником испанского единства, он критикует национализм не с позиций этатизма и государственничества, а с точки зрения либертарных идей. По его мнению, националистические тенденции в современной Каталонии – не более чем грамотный, но оттого не менее деструктивный пропагандистский ход ангажированных журналистов ради эфемерных целей известных политических элит. В книге «Ничего для отечества. Как журналисты изобретают виртуальные государства» Тубау говорит даже не о несостоятельности, а о фиктивности каталонского национализма, объясняя свои взгляды исторически сложившимися условиями, в которых Каталония пребывала на протяжении последних 300 лет.

Имея в свою очередь множество претензий к современной официальной власти Испании, он призывает каталонцев не отмежеваться от общего политического процесса в стране, а, наоборот, забыв бессмысленные противоречия, активно включиться в борьбу за общегражданские права, чтобы повысить уровень жизни во всей стране, а не в конкретном регионе.

Сбалансированный, но тем не менее всё равно критический подход к проблеме каталонизма демонстрирует ещё один известный каталонский публицист, юрист, депутат Женералитета и редактор Статута Каталонии Жоан Ридао. Будучи опытным юрисконсультантом, общепризнанным знатоком конституционного права и практикующим адвокатом, он смотрит на вопросы национализма с точки зрения закона и пользы для народа. По его мнению, наиболее приемлемая форма установления каталанской идентичности – это интеграция народа автономии в испанскую нацию по принципу федерализма. В книге «Противоречия каталонизма», полемизируя со сторонниками отделения и изоляции каталонского народа, культуры и политики от Испании, Ридао настаивает на исторической и лингвистической близости региона и метрополии, вписывая Каталонию в контекст современной глобализации. Исследования Жоана Ридао выгодно отличаются от вышеназванных книг своим взвешенным, объективным подходом к теме.

На другом полюсе идеологического противостояния учёных и исследователей, журналистов и публицистов, изучающих вопрос каталонизма со всех сторон, находятся те из них, кто воспринимает становление национальной идентичности автономии и её жителей как позитивный и необходимый этап в развитии испанского общества. Автор десятков книг и статей по истории Испании, известнейший учёный Жозеп Фонтана по праву считается одним из ярчайших представителей этой точки зрения в современной гуманитарной науке Испании.

Наиболее влиятельными в среде сторонников каталонизма в последнее время стали две его книги: «Конструкция идентичности. Размышления о прошлом и настоящем» и «Формирование идентичности. История Каталонии»,



глубоко анализирующие все стороны конфликта каталонцев с остальной Испанией.

Каталонизм Фонтана считает закономерным ответом на репрессивную идеологию генерала Франко, который не мог не появиться в контексте тотального политического и культурного давления, насильственной испанизации народов Испании и диктата одной культуры в мультикультурном государстве. Свои исследования по истории отечества Фонтана посвящал в основном вопросам власти и отношений властей и населения, делая акценты на тех эпизодах, когда правительство наиболее отдалялось от народа. Крайним проявлением такого непонимания предстаёт случай Каталонии, причём перспективы этого противоречия мыслитель представляет неутешительными. Работы Жозепа Фонтана легли в основу идеологии современных политиков – сторонников немедленного и безоговорочного отделения Каталонии и её суверенитета.

Ещё одним выдающимся учёным, отстаивающим право каталонизма на развитие и борьбу, является каталонский философ Шавьер Руберт де Вентос. Во времена диктатуры Франко он был одним из первых политических диссидентов, отправленных в изгнание за границу. Автор интересной эстетической теории националистического сенсбилизма, он призывает каталонистов отказаться от термина «национализм», чтобы избавиться от невыгодных ассоциаций, и обратиться к конструктивному созданию новой национальной идеологии, основанной на глубоком изучении культуры, языка и национального характера, которая, по его мнению, и есть истинный каталонизм. В своём широко известном исследовании «Каталония: от идентичности к независимости», изучая особенности становления каталонской идентичности, Руберт де Вентос делает акценты на тех аспектах проблемы, которые касаются языка и его роли в окончательном формировании сознания народом себя как единой нации. Именно каталонская словесность, транслируемая, воспринимаемая и употребляемая жителями региона ежедневно и осознанно,

считает учёный, является ключом к здоровому осмыслению каталонизма как народной идеи.

О ведущей роли культуры и языка в развитии самосознания каталонцев говорит и культуролог Патрисия Габанчо, эмигрировавшая в Каталонию из Аргентины. Несмотря на своё испанское происхождение, она неоднократно называла себя каталонской патриоткой и благодаря своим исследованиям по искусству и литературе Каталонии стала одним из ведущих специалистов по каталонизму. В нашумевшей книге «Закрашенное зеркало. Барселона, идентичность и национальный проект» Габанчо проводит мысль о том, что из-за столетий подчинения Мадриду и испанской короне Каталония практически утратила самостоятельное лицо, потеряла независимый культурный облик, став как бы придатком Испании, не интересным ни зарубежным учёным, ни самим испанцам. Являясь членом Национальной ассамблеи Каталонии, Патрисия Габанчо выступает за последовательный и мирный выход автономии из-под влияния испаноориентированных элит, за восстановление идентичности на основе общих для всех каталонцев языка, традиций и культуры.

Более радикальной позиции придерживается ветеран каталонской журналистики, историк и публицист Жауме Собрекес, который вместе с Рубертом де Вентосом преследовался франкистской полицией как диссидент. Много лет выступая в поддержку каталонских социалистов, Собрекес разочаровался в левых политиках как неспособных противопоставить Мадриду самостоятельную и структурированную политическую платформу, которая бы привела Каталонию к самостоятельности, и публично поддержал лидера каталонских националистов Артура Маса. Существование каталонской автономии в составе Испанского королевства публицист считает постоянным угнетением более слабого более сильным (Испания против Каталонии. Чёрная хроника пира истории»). Каталонизм в представлении Жауме Собрекеса – это единственная на сегодняшний день идеология, приемлемая для всех жителей Каталонии, причём как каталонцев, так и представителей других народов. Любое проявление нетерпимости к каталонизму в его глазах выглядит как

признак откровенно шовинистических, ксенофобских и имперских стремлений. А режим Франко, который запрещал народам Испании каким-либо образом проявлять свою национальную идентичность, в интерпретации Собрекеса предстаёт «огромной тюрьмой». Как и критики национальной самостоятельности региона, Собрекес видит решающий фактор становления суверенной идентичности в единстве, но речь в данном случае идёт не о общеиспанском единстве, а о единстве всего населения Каталонии, которое вскоре должно прийти к пониманию необходимости выступить единым фронтом против федеральных властей, от которых страдают и каталонцы и не-каталонцы, проживающие в автономии.

На фоне этой идеологической борьбы учёных и публицистов выделяются немногие работы, отличающиеся абсолютно неангажированным подходом к теме каталонизма. Анализ литературы о каталонской идентичности вообще приводит к выводу, что в современном учёном сообществе Европы такая позиция чрезвычайно редка. Наиболее ярким примером подобных исследований можно считать масштабный труд Жозепа Льобера «Бог современности. Развитие национализма в Западной Европе» – книгу, охватывающую несколько столетий европейской общественной истории, начиная со Средних веков и кончая концом XX века. Вышедшая 20 лет назад, эта монография не утратила своей актуальности. Постулируя важную роль национализма в процессе модернизации и развития общества, Льобер старается отойти от общих оценок типа «чёрное-белое», анализируя объективный вклад этой идеологии в её историческом развитии. Важную роль в теории Льобера играет анализ националистических идей, сложившихся на протяжении веков в Каталонии. Учёный признаёт здравость идеи национализма в общем и каталонизма, в частности в тех рамках, которые обеспечивают поступательное и мирное развитие региона, но оговаривается, что в условиях грядущего XXI века увлечение радикальными идеями может пагубно сказаться на развитии общества и заставить самый экономически развитый регион Испании повернуть от прогресса к регрессу.

Значительный вклад в объективное изучение проблем каталонского самоопределения внесли и зарубежные исследователи. Взвешенный и аргументированный взгляд со стороны на испанскую политику уже два десятилетия подряд предлагает британский политолог, кембриджский профессор Томас Джеффри Майли. Ему принадлежит целый цикл работ по вопросам каталонского национализма. Интересы Майли охватывают исторический период длиной в последние 50 лет испанской истории, и это позволяет учёному не только анализировать сегодняшнее положение дел в Испании, но и выводить из результатов своего исследования причинно-следственные связи, и строить осторожные прогнозы. Так, в своих наиболее значимых работах (многие из которых выходили в Каталонии на каталанском и испанском языках) Майли проходит путь от левоориентированного мыслителя, симпатизирующего каталонцам в их стремлении к самоопределению и сепаратизму, до скептически настроенного критика национальной идеи Каталонии (см., например, «Против идеи «гражданской нации»: случай Каталонии в современной Испании»). Свои сегодняшние взгляды на проблему Майли объясняет тем, что начало 2010-х годов показало нерешительность и неготовность лидеров каталонского национализма к радикальным переменам. А саму идею каталонизма Майли характеризует как инструмент для заработка политических очков, при этом отдавая ей должное как конструктивной народообразующей концепции, впрочем, оказавшейся нежизнеспособной в современных условиях глобализации. Примечательно, что значительное место в исследованиях британского политолога занимает анализ ситуации, складывающейся в каталонском обществе вокруг каталанского языка, в частности, большое внимание он обращает на особенности его использования в политической и деловой прессе, парламентской риторике, в литературе испанских мыслителей и публицистов («Национализм и языковая политика: случай Каталонии», «Демократическое представительство и национальные измерения в политике Каталонии и Страны Басков» ).

### **1.3. Этапы формирования каталонского национализма в процессе развития региональной журналистики**

Наиболее ярко роль журналистики в комплексном и многогранном процессе формирования национальной идентичности может быть рассмотрена на примере малой нации в мультикультурном обществе, а именно на примере Каталонии, автономного сообщества Испании, находящегося на северо-востоке Пиренейского полуострова, между средиземноморским побережьем и Пиренеями.

История борьбы Каталонии за независимость берет свое начало в IX в, когда графство Барселонское было присоединено к королевству Арагон в качестве автономного сообщества. До этого времени землей владели французские короли. В XIV веке в Каталонии уже активно функционировал собственный парламент, а также собственное правительство, имевшее название Женералитат. Многие исследователи, например, С.М. Хенкин<sup>13</sup> и А.Н. Кожановский<sup>14</sup> указывают, что в этот период закладывается основа каталонская культура, в том числе и политическая, которая по своей структуре имеет тенденцию к поиску компромиссов с испанской.

С течением дальнейшей истории Каталония утрачивала все больше и больше привилегий автономии, что в конечном счёте привело к вхождению в состав Испании в 1714 году (Каталония тогда получила статус «провинции»). Проблема нового статуса региона заключалась в холодном отношении нового испанского правительства к региону, который в войне за испанское наследство поддержал сторону Карла Австрийского, главного соперника взошедшего в итоге на престол короля Филиппа V.

С этих пор регион получает ряд ограничений в правах, который и стал одной из конфликтных точек в истории взаимоотношений Каталонии и Испании. С момента насильного присоединения региона, в Каталонии появился запрет на использование каталанского языка в политических, религиозных и

---

<sup>13</sup> Хенкин С.М. Сепаратизм и его разновидности в Испании // Актуальные проблемы Европы / РАН. ИНИОН. – М., 2009. – № 3. – С. 194–222.

<sup>14</sup> Кожановский А.Н. Быть испанцем... Традиция. Самосознание. Историческая память. – М.: АСТ, 2006. – 320 с.

образовательных сферах, а основные руководящие должности в регионе заняли испанцы. Примечательно, что Национальный день Каталонии отмечается 11 сентября – в этот день в 1714 году регион пал в противостоянии с Испанией.

Вплоть до конца первой половины XX века Каталония неоднократно переживала различные притеснения со стороны правительства Испании (в частности, особенный след в истории оставил диктаторский режим Франко, который жестоким образом пресекал любые попытки региона заявить об автономии. Так, президент Каталонии Луис Компанис, объявивший Каталонию независимой республикой в 1934 году, подвергся расстрелу со стороны франкистов.

С тех пор борьба Каталонии за независимость продолжалась с переменными успехами. В 1979 году Каталония получает статус автономного региона, а также разрешение на использование каталанского языка в политической сфере. В 2006 году в регионе был принят устав, согласно которому каталонцы получили статус отдельной нации. Такая трактовка вызвала множество споров как в Испании, так и за ее пределами, что привело к тому, что данный устав, изначально признанный испанским парламентом, был отменен через четыре года своего действия. В 2010 году в Конституционный суд был подан иск со стороны Народной партии Каталонии (которая является филиалом правящей испанской партии Partido Popular). Судом было постановлено, что единственной государствообразующей нацией является испанская.

Важно отметить, что одна из основных особенностей каталонской журналистики, которая влияла и продолжает влиять на ситуацию, связанную с национальным самосознанием, – это двуязычие прессы, а затем и в целом средств массовой информации. Сначала в Каталонии появилась испаноязычная журналистика. Первая газета, оставившая заметный след в журналистике, вышла в начале 1713 года. Она называлась *Diario del Sitio y Defensa de Barcelona* («Газета города и обороны Барселоны») и просуществовала полтора года. Барселонская газета издавалась регулярно два раза в неделю (такой

пунктуальностью ни одна каталонская газета доселе не обладала) и стала первым испаноязычным изданием, выходящим в Каталонии. Именно с его появлением мы сталкиваемся с проблемой двуязычия каталонских средств массовой информации – проблемой, которая и сегодня, спустя почти три столетия, во многом не утратила своей актуальности. Каталонский язык – родной язык каталонцев, испанский же (*castellano*) оставался как в XVIII веке, так и в последующие исторические эпохи, языком чиновников, посланных Мадридом в каталонские земли. Для продвижения по служебной лестнице каталонец должен был владеть испанским языком, изучение которого было сложным скорее не из-за грамматических или синтаксических проблем (испанский отличается от каталонского примерно так же, как русский язык от украинского), а из соображений психологического характера: в разные исторические эпохи Мадрид неоднократно ущемлял права каталонцев, и потому испанский язык ассоциировался у населения, как в провинции, так и в городах, с теми или иными формами угнетения, и в Каталонии скорее можно было найти людей, владевших французским или итальянским языками, чем испанским. Даже к концу тридцатых годов XX века (то есть ко времени окончания Гражданской войны) большинство сельских жителей Каталонии испанского языка не знало.

В 1792 году неаполитанец Пере Пау Усон де Лапесаран (*Husson de Lapazarán*) получил от короля Карлоса IV лицензию на издание в Каталонии газеты. Она получила название *Diariode Barcelona* («Барселонская газета»). Её первый номер увидел свет 1 октября 1792 года. Приступая к ее изданию, Усон де Лаперасан следовал пожеланию короля ориентироваться на аналогичные газеты, существовавшие в Мадриде (с 1786 года), Валенсии (с 1790 года) и Севилье (также с 1790 года).

*Diariode Barcelona* выходила на испанском языке, но именно она открыла в Каталонии традицию билингвальной прессы, когда одна часть газетных материалов публиковалась по-испански, другая – по-каталонски. Параллельный перевод почти не практиковался, ибо грамотные каталонцы если и не знали

испанский язык, то, по крайней мере, понимали испаноязычный текст в газете. Первая публикация на каталанском языке в *Diariode Barcelona* относится к 1793 году, когда на её страницах были опубликованы стихи патриотического содержания (автор не поставил под ними свое имя – анонимность журналистов была в то время почти повсеместной). А в 1796 году газета регулярно отводит целые колонки полемике о нормах каталонской орфографии.

XIX век, первые годы которого прошли достаточно спокойно, принес Испании пять буржуазных революций, ни одна из которых не была завершена. Всего за полтора десятилетия (1810-1826 годы) крупнейшая в мире империя потеряла почти все свои колониальные владения в Латинской Америке. Политическая и экономическая мощь страны была утрачена надолго.

Первая буржуазная революция (в испанских источниках она обычно упоминается как война за независимость) началась нападением наполеоновской армии на Испанию. 20 марта 1808 года французы вошли в Мадрид. Король Фернандо VII, взошедший на престол несколькими днями ранее, был взят в плен и вернулся на родину лишь после изгнания интервентов, в 1814 году. Испанский трон занял брат Наполеона Жозеф. Не покорился захватчикам лишь юг страны. Старая политическая машина была сломана, новая, оккупационная, ещё не сформировалась, но уже вызывала у населения отрицательную реакцию.

Война за независимость вызвала, по словам первого историка каталонской журналистики Жозепа Пеллы-и-Форгаса, «настоящий взрыв прессы. Вакуум власти, в котором оказалась патриотическая Испания, принёс с собою свободу, не знакомую доселе испанцам. Эта свобода была незамедлительно использована наиболее горячими сторонниками реформ в стране».

Война за независимость изменила не только политический и экономический уклад жизни испанцев: огромные перемены произошли и в журналистике. Оккупационные власти Каталонии уважали ценность печатного слова, и потому одним из первых их распоряжений был указ от 26 января 1809 года, который обязывал представлять комиссару полиции Казанове (потому



знаменитого итальянца), всю печатную продукцию, выходившую в свет в Барселоне. Сначала французы отдавали предпочтение каталаноязычной прессе и поощряли ее, играя на националистических чувствах каталонцев. Так, *Diario de Barcelona* вместо испанского языка стала издаваться на каталанском: 13 марта 1810 года вышла в свет *Diari de Barcelona y del Gobem de Catalunya* («Газета Барселоны и правительства Каталонии»). Спустя месяц, 11 апреля, название было изменено на *Diari del Gobem de Catalunya y de Barcelona* («Газета правительства Каталонии и Барселоны»), чтобы, как указывалось в редакционной статье, подчеркнуть официальный характер издания французского командования. Рядом с названием газеты изображался барселонский герб, который вскоре (1 сентября того же 1810 года) был заменен гербом наполеоновским. Несмотря на это, издание пользовалось большой популярностью у населения.

Это может быть объяснено тем, что значительная часть жителей Каталонии, как простые люди, так и, прежде всего, интеллигенция, сначала поддержали Наполеона, видя в нем освободителя от власти Мадрида. В его поддержку выступило подавляющее большинство каталонских периодических изданий.

В том же 1810 году вторая по значимости каталонская газета, *Gazeta de Gerona* («Жиронская газета»), издававшаяся в Жироне (испаноязычное название этого города – Херона) с 1800 года на испанском языке, перешла на каталанский.

Чтобы не смущать читателей, было объявлено, что с такой инициативой выступил корректор газеты Томас Пуж, и власти сочли его предложение разумным, а сам Пуж вскоре стал правой рукой командующего оккупационными войсками генерала Ламарка и был назначен главным цензором Каталонии. Газета так же, как и барселонская, была переименована и стала называться *Gazetadel Corregiment de Girona* («Газета провинции Жирона»). Она выходила в типографии расквартированных в Жироне французских войск.

Вторая жиронская газета, испаноязычная *Diario de Gerona* («Газета Хероны»), начала издаваться 20 июля 1808 года. Но оккупационные власти посчитали, что держать две газеты в таком небольшом городе, как Жирона, – непозволительная роскошь, и из двух жиронских газет оставлена была каталаноязычная, а *Diario de Gerona* 9 декабря 1808 года закрылась.

Однако через некоторое время французам стало ясно, что политика поощрения каталонского национализма не дает нужных результатов: интеллигенция разочаровалась в Наполеоне и выступила в оппозиции к нему, по всей Каталонии нарастало сопротивление захватчикам, с новой силой разгорелась партизанская война. Тогда решено было насаждать в печати французский язык, который стараниями захватчиков повсюду вытеснял каталанский. Например, в той же Жироне для этой цели стала со 2 января 1812 года выходить новая газета – *Gazette de Gironne* («Жиронская газета»), первое каталонское периодическое издание на французском языке. В первом номере еще было несколько заметок по-каталански, но уже со второго номера газета полностью перешла на французский, лишь изредка публикуя на своих страницах один-два материала на испанском языке.

В других районах Каталонии перевод газет на французский язык оказался невозможным, ибо по-французски почти никто из местных жителей не понимал. Проблема офранцуживания приобрела острый политический характер. Тогда оккупационные власти ограничились тем, что запретили издавать газеты на каталанском языке, разрешив лишь испанский. В эти годы на испанском языке выходили в Каталонии такие, например, газеты, как *Diario de Cervera* («Серверская газета») в Сервере (основана в 1808 году), *Gaceta Militar y Politica del Principado de Cataluna* («Военная и политическая газета принсипата Каталонии») в Берге (была основана в 1813 году и печаталась в армейской типографии освободительных войск), *El Eco de Reus* («Эхо Реуса») в Реусе (была основана в начале 1814 года) и некоторые другие.

Но время господства французских захватчиков прошло. Партизанская и народно-освободительная война, усилившаяся после разгрома Наполеона в

России и дальнейших побед союзных войск, привела к победе испанцев. К весне 1814 года вся страна была полностью освобождена от оккупантов.

Однако победа, одержанная народом, очень скоро обернулась триумфом контрреволюции. Возвращение в Испанию из французского плена короля Фернандо VII в мае 1814 года означало падение либерального режима и восстановление абсолютизма. Газеты, симпатизировавшие либеральным и реформистским идеям, в течение трех месяцев были закрыты. Им на смену пришли официальные издания.

Когда закончилась наполеоновская война, собственность газеты *Diario de Barcelona* была передана каталонскому издателю Антони Бруси-и-Мирабену. В годы оккупации Бруси-и-Мирабен занимался конспиративной деятельностью в Барселоне, затем издавал уже упоминавшуюся газету *Gaceta Militar y Politica del Principato de Cataluna* – сначала нелегально, затем при штабе испанских войск. В качестве награды ему 6 июня 1814 года была пожалована *Diario de Barcelona*, которую до него издавал профранцузски настроенный прежний редактор Жоан Андреу Угуал.

Бруси-и-Мирабен даже в обстановке цензурных гонений и удушения свободы печати превратил свое детище в интересное издание, тираж которого возрастал с каждым годом. В 1819 году он построил здание новой типографии в Барселоне, а в следующем году добился индустриального внедрения литографии сначала в Каталонии (чего ещё не было в Мадриде), а затем и во всей Испании. Когда в 1821 году Бруси-и-Мирабен умер, *Diario de Barcelona* перешла к его сыну, Антони Бруси-и-Ферреру, владевшему газетой до своей смерти в 1878 году. Но уже в конце 1810 – начале 1820-х годов за *Diario de Barcelona* прочно закрепилось народное название – Бруси.

Из каталаноязычных изданий первой половины XIX века отметим еженедельную газету *Lo Pare Arcangel* («Отец Архангел»), выходившую в 1814 году. Историк журналистики Жозе Мария Кадена характеризует ее как первую национальную газету полностью на каталанском языке. За исключением юмористического раздела она, оставаясь светским изданием, выбрала основным

и, по существу, единственным жанр проповеди, нравоучения (не случайно, наверное, и название газеты, и тот факт, что выходила она по воскресеньям и продавалась в основном у входа в храмы). «Среди стольких газеток, – отмечает Кадена, – не было ни одной другой, которая говорила бы на языке нашей родины, на языке святой великомученицы Евлалии (покровительницы Барселоны. – Г.П.)»<sup>15</sup>. В стиле церковных проповедей на страницах *Lo Pare Arcangel* говорилось о самых разных вещах: промышленности и сельском хозяйстве, политике и экономике.

Несмотря на сохранявшуюся неграмотность, пресса (особенно каталаноязычная или двуязычная) распространялась не только в Барселоне и нескольких промышленных городах, но и вплоть до самых отдаленных горных районов Каталонии. Иногда в деревне знали грамоту лишь один-два человека: как правило, чиновники, врачи. Они, получая из городов газеты, распространяли затем информацию среди неграмотного населения. Свежий номер издания доставлялся даже самому далеко проживающему читателю в течение одной недели со дня выхода в свет.

Однако в первой половине XIX столетия каталанский язык всё ещё оставался ненормированным, нелитературным. На небольшой территории Каталонии сохранялось множество языковых диалектов. Такая ситуация, безусловно, препятствовала распространению каталаноязычной прессы. И хотя местная интеллигенция не раз поднимала (в том числе и на страницах печати, например, в *Diario de Barcelona* в 1796, 1814, 1820 годах) вопросы, связанные с необходимостью выработки языковых норм, унификации орфографии, создания литературного каталанского языка, надеяться на это при абсолютистском режиме, противившемся росту национального самосознания каталонцев, было абсолютно нереально.

Политическая журналистика, находившаяся в упадке после восстановления абсолютизма, вновь расцвела в годы второй испанской революции 1820-1823 годов (Конституционного трёхлетия, как называют это

---

<sup>15</sup> Cadena J.M. // Serra d' Or. 1974. № 7.

время испанцы). Как и прежде, основной зоной восстания была провинция. В Кадисе вооруженное выступление под руководством Риего-и-Нуньеса, начавшееся в январе 1820 года, привело к восстановлению конституции 1812 года и образованию конституционного правительства, которое приступило к реформам. Уже в марте была отменена предварительная и карающая цензура, а также система лицензирования прессы. И сразу же появилось огромное количество новых изданий. За три года революции возникло около шестисот газет и журналов, в основном либеральной ориентации.

Сложившаяся ситуация способствовала росту провинциальной, немадридской прессы. Что касается Каталонии, то здесь широкое распространение получила политическая журналистика. Большим влиянием среди либерально настроенных каталонцев пользовались газеты *Diario Constitucional* («Конституционная газета»), *Politico y Mercantit* («Политик и торговец»), *El indicador Catalan* («Каталонский индикатор»), *El Europeo* («Европеец»). Когда в 1823 году в Каталонию вошла французская армия, выполнявшая решение Священного союза о подавлении революции в Испании, все либеральные издания были запрещены. Вскоре Фернандо VII восстановил абсолютистский режим, который существовал вплоть до его смерти в 1833 году, и снова вступило в силу законодательство о печати 1791 года.

Переход к либерализму в Испании протекал на фоне очередной буржуазной революции (1834-1843 годов) и Первой Карлистской войны – борьбы за престолонаследие между вдовой Фернандо VII Марией Кристиной, провозглашённой регентшей при их малолетней дочери, и братом покойного императора доном Карлосом Старшим. Несмотря на эти события, либерализация испанского общества шла более плавно, постепенно, нежели в предыдущие исторические периоды. В 1834 году Мария Кристина под давлением правительства правых либералов (*Moderados*) вынуждена была отменить цензуру. Начался новый этап в развитии прессы. Этот этап связан в Каталонии с движением Возрождения (*La Renaixenca*).

Историк западноевропейской печати Пьер Альбер называет тридцатые годы XIX века временем ограниченной свободы. Свобода, считает исследователь, существовала, но далеко не все могли пользоваться ею в полной и равной мере. В период с 1834 по 1868 год было принято немало законов и постановлений, касавшихся прессы. Во всех этих документах говорилось об уважении принципа свободы печати, регламентировались механизмы издания печатных материалов и контроля над ними, а также экономические аспекты деятельности прессы (регистрационный взнос, налоги и проч.).

В это же время появилась партийная пресса, хотя еще в начале XIX века газеты стали открыто выражать интересы тех или иных политических партий Испании. Политические изменения конца тридцатых – начала сороковых годов этого столетия вызвали к жизни большое число политических партий и организаций. Одним из важнейших способов их влияния на массы стало владение собственным периодическим изданием – рупором партийных идей. Таким образом, пресса быстро превратилась в неотъемлемый и действенный элемент политической жизни Испании.

На каталонскую журналистику оказывала большое влияние столичная пресса. Газеты, издававшиеся в первой половине XIX века в Мадриде, имели, как правило, значительный вес и огромную популярность в различных регионах Испании, в том числе и в Каталонии. Большая часть тиража столичных изданий распространялась в провинции.

Возрождение каталонской печати началось вскоре после смерти Фернандо VII в 1833 году. Ряд исследователей прессы (например, Жозеп Фигерес) указывают конкретную дату начала этого процесса – 1843 год, когда вышел первый номер первого каталаноязычного журнала *Lo Verdader Catala* («Настоящий каталонец»). Демократизация общественной жизни Испании оказала особенное влияние на национальные районы Испании, прежде всего на Каталонию, где преобладали испаноязычные издания, однако все они (за ничтожным исключением) проводили на своих страницах каталонистскую линию. Все чаще и чаще здесь появляются материалы на каталанском языке.

Большим событием стала публикация 22 марта 1833 года поэтом и журналистом Карлосом Арибаду Бонавентурой на страницах газеты *El Vapor* («Пар») оды «Родина», написанной на каталанском языке и ставшей фактически гимном сформировавшегося в последующие годы националистического движения *La Renaixença*.

Подъем общественной жизни в Каталонии, рост каталонского самосознания стал заметен даже в названиях новых газет, появившихся во второй половине 1830-х годов: *El Europeo* («Европеец»), *El Propagador de la Libertad* («Пропагандист свободы»), *La Guardia Nacional* («Национальная гвардия»), *La Religión* («Религия»), *El Catalán* («Каталонец») и уже упоминавшейся *El Vapor*<sup>16</sup>. Начинается реставрация каталанского языка: Жозе Пау Бальот издал в Барселоне «Граматику и апологию каталанского языка». В 1835 году был возрождён Барселонский университет. В 1839 году вышла в свет первая после долгого перерыва книга стихов на каталанском языке – «Вдовьи слёзы» Мигеля Антона Марти. Другой поэт, Рубьо-и-Орс, в течение 1839-40 годов регулярно публиковал в газете *Diario de Barcelona* под псевдонимом «Весельчак из Льобрегата» свои стихи на каталанском языке.

1843 год ознаменовался для каталонской журналистики изданием журнала *Lo Verdader Catala* («Настоящий каталонец»). Он выходил недолго – с 15 марта по 31 мая, но, как отмечал историк печати Жозе Мария Касакуберта, «оставил яркий след в сердцах всех каталонцев, поскольку был первым периодическим органом Возрождения и первым журналом идей на нашем родном языке».

*Lo Verdader Catala* заявлялся как «журнал религиозный, политический, научный, промышленный и литературный» и выходил раз в две недели объемом по пятьдесят страниц. Его девиз гласил: «Процветание Каталонии и память о ее величии». Всего за два с половиной месяца было выпущено в свет шесть номеров этого журнала. Последний номер заканчивался прощальным редакционным стихотворением «Эпитафия»:

---

<sup>16</sup> J.M. Figueres, 1989, 14.

Каталонец! Не бойся смерти,  
Если в сердце твоём горячем  
Полыхает любовь к отчизне!  
Не рыдай, что мы умираем,  
Умираем, поскольку пели  
Каталонские наши песни.  
Но останется след могилы,  
И на ней допоют потомки  
Недопетые нами песни.  
(Перевод мой – Г.П.)

Середина XIX века отмечена в Каталонии некоторым сокращением количества ежедневных газет за счет развития еженедельников, журналов, альманахов, которые сыграли значительную роль в деле становления самосознания каталонцев. Альманахи как тип издания оказались больше приспособлены к рынку, чем газеты: издателям легче было найти деньги один-два раза в год, чем один-два раза в неделю. Да и читателям оказалось материально выгоднее покупать издание ежегодно, а не ежедневно или еженедельно. К тому же с каждым годом всё больше альманахов стало выходить на каталанском языке, и это обстоятельство привлекло к ним дополнительных читателей, особенно в сельской местности, где испанским языком владели в основном представители местной элиты.

О популярности и стабильности альманахов говорит хотя бы такой факт, что каталаноязычный альманах *Calendari del Pages* («Календарь крестьянина»), первый номер которого вышел в 1856 году, издаётся до сих пор. Его начал выпускать Каталонский сельскохозяйственный институт Святого Исидора. Когда в 1940 году франкистские власти запретили употребление каталанского языка, *Calendari del Pages* стал выходить на испанском, и лишь в 1960-е годы, когда после принятия нового закона о печати запрет был снят, первоначальное издание возобновилось. Таким образом, виден спрос каталонцев на национальную прессу, который не затихает даже спустя десятилетия.



Важная особенность журнальной журналистики шестидесятих-семидесятих годов XIX века состоит в том, что в это время персональный журнализм ещё не уступил место журнализму новому, и лицо журналов, их содержание и популярность определялись личностью редактора и издателя. Яркий пример тому – издатель и печатник, предприниматель и журналист Иносенти Лопес, издатель популярных испаноязычных и каталаноязычных альманахов *Un Tros de Paper* («Кусок бумаги»), *Lo Noi de la Mare* («Дитя матери»), *La Rambla* («Бульвар»), *El Tiburón* («Акула»). Заслуга Лопеса в том, что он ориентировался на массового читателя, тонко улавливал политические настроения людей (в том числе проблемы национального характера). Его не смущали встречающиеся в журнале неточности, фактические и грамматические ошибки.

«У нас нет времени на изыски, – писал Лопес. – Читателю по большому счету всё равно, как будет написано, скажем, слово «работа»: через «а» или «о». Пройдёт ещё какое-то время, пока это станет важным, а сейчас важно то, какой смысл извлечёт читатель из прочитанного»<sup>17</sup>.

Читатели не обращали внимания на эти ошибки во многом потому, что языковые нормы ещё не сложились, и многие слова могли писаться в двух или даже трех вариантах. Но в то время, как многие серьёзные качественные издания боролись за унификацию орфографии, Лопес своей языковой неаккуратностью мешал этой борьбе, которая в 1860-е годы не увенчалась успехом в немалой степени потому, что одно из самых популярных каталаноязычных изданий Лопеса *Un Trosde Paper* игнорировало стремление к созданию норм и, более того, подавало читателям и журналистам пример языковой ненормированности.

С началом Сентябрьской революции 1868 года коренным образом меняется политическая ситуация: как в самой Испании, так и непосредственно в Каталонии.

---

<sup>17</sup> Jorba M. Actes del VI Col.loqui Intemacional de Llengua i Literature Catalanes. Barcelona: Curial Edicions Catalanes, 1983. 684 p.

«Республика, – пишут исследователи Жоан Торрент и Рафаэль Тасис, – была провозглашена лишь 11 февраля 1873 года, и за четыре с лишним года до этого появляется издание, не просто пропагандировавшее республиканские идеалы, но и открыто заявившее о них в своем девизе, поставившее своей главной целью провозглашение республики. Это еженедельный журнал *La Rambla*, возрожденный в первые недели Сентябрьской революции»<sup>18</sup>. Его девиз был необыкновенно смел для того времени: «За республиканские и каталонистские идеалы!».

Журнал *La Barretina* («Шляпа») считается первым каталонским изданием с непрерывной литературной тенденцией. Здесь сотрудничали самые известные писатели Каталонии, которые, составляют гордость каталонской нации: Убах-и-Виньета, Карета-и-Видал, Аулестиа-и-Пижоан, Помпеу Женер, Питарра, не говоря уже о других, менее выдающихся писателях. Во время Сентябрьской революции журнал расширил свою тематику, и к словам «научный и литературный», присутствовавшим в девизе первых номеров издания, прибавилось определение «политический». Постепенно на страницах *La Barretina* стали появляться политические материалы: обзоры, аналитические статьи, политические прогнозы. Политическое направление стало доминировать в журнале в первый месяц революции 1868-1874 годов. Были провозглашены его цели: политическая автономия Каталонии и борьба за утверждение республики. *La Barretina* опубликовала работу известного каталонского мыслителя Жоана Кортады «Каталония и каталонцы», ставшую программной в развитии каталонского самосознания и начавшее развитие направления не столько политического, сколько философского, определенного Ж. Торрентом и Р. Тасисом как политический каталонизм.

Каталонизм, как мы уже отметили, появился в XVIII веке как реакция на абсолютизм, стремившийся унифицировать язык, историю и культуру народов Испании. И если на ранних стадиях, в XVIII – первой половине XIX века, движение каталонизма, еще не оформленное организационно, ставило своей

---

<sup>18</sup> Kosterman R., Feshbach S. Toward a Measure of Patriotic and Nationalistic Attitudes //Political Psychology, Vol. 10, No. 2 (Jun., 1989), pp. 257-274.

задачей борьбу за сохранение каталонской культуры и языка, то впоследствии (как раз в годы Сентябрьской революции) в каталонизме начал преобладать националистический оттенок. Эта тенденция постепенно привела к заявлениям о национальной исключительности каталонцев и другим крайним проявлениям национализма. Таким образом, в 1870-е годы наметились две тенденции каталонизма: стремление к сохранению и развитию национальной самобытности и пропаганда национализма, национальной исключительности.

Франсеск Пелайо Бриз, начинавший журналистскую и издательскую карьеру сотрудником журнала *Revista de Catalunya* («Журнал Каталонии»), основанного в 1862 году, с 1 марта 1868 года стал выпускать литературный националистический журнал *Lo Gay Saber*. В редакционной статье первого номера Бриз писал: «Мы каталонцы и хотим чувствовать себя каталонцами. И поэтому мы хотим говорить на каталанском, а не на испанском языке»<sup>19</sup>. Заметим, что это был первый случай открытого проявления каталонского национализма на страницах печати.

Каталонистское направление выражалось и в оформлении: первую страницу журнала предваряли девиз «Родина. Правда. Любовь» и герб Каталонии. Жоан Живанель-и-Мас отмечает, что *Lo Gay Saber* был первым настоящим литературным журналом на каталанском языке и первым журналом, истинно проникнутым национальным каталонским духом и самосознанием.

Было бы несправедливым оставить без упоминания и различные двуязычные журналы. Так, в 1856-1857 годах в Барселоне выходил литературно-политический журнал *El Conceller* («Член муниципалитета»), основанный Виктором Баладером. По мнению Жозе Марии Кадены, журнал создал прецедент публикации художественных произведений самого редактора, опубликовав на своих страницах на каталанском языке поэму Виктора Баладера «К Деве Монсеррата», которая впоследствии стала образцом классической каталонской поэзии.

---

<sup>19</sup> Poggeschi G. La nuova legge linguistica catalana nel quadro dell'evoluzione dello Stato regionale spagnolo // Le Regioni. 1998. № 5. P. 1107-1141.

Рассмотрение развития каталонской журналистики середины XIX века закончим сравнительным соотношением испаноязычной и каталаноязычной прессы. Среди изданий, выходивших в Барселоне в 1840-1844 годах, лишь два издавались на каталанском языке: *Lo Verdader Catalá* и *Lo Pare Arcangel* (их выпускал Пелья-и-Форгас). Язык остальных двадцати четырех изданий был испанский. Однако с началом каталонского Возрождения, с 1840-х годов, наблюдается постепенное увеличение числа каталаноязычных газет и журналов. Параллельно с этим идет процесс закрытия или перехода на двуязычную форму издания испаноязычной прессы. К началу Сентябрьской революции три четверти всех периодических изданий в Каталонии выходили на каталанском языке.

Вместе с тем изменился и язык прессы: он стал более понятен массам, особенно в провинции, приближаясь к разговорному. Во многом это объясняется упрощением требований к подготовке журналистов: теперь достаточно стало хорошо владеть пером. А большинство журналистов, пришедших в газеты и журналы в эпоху каталонского Возрождения, были выходцами из провинциальных районов и говорили с читателями на своем языке: понятном и доступном каждому. Таким образом, пресса постепенно стала утрачивать элитарность, становясь доступной все большему числу людей. Упрощение же требований к журналистской подготовке сказалось на сохранении и даже усилении ненормированности языка прессы, усиливалась тенденция к использованию диалекта, что совершенно не способствовало созданию нормированного каталанского языка. Революционные события отвели на второй план проблемы унификации норм и создания литературного языка. К этим проблемам каталонцы вернутся лишь в конце 1870-х годов.

Естественно, революционные события не могли не вызвать оживления в области журналистики. Наряду с уже прочно ставшими частью информационного спектра Каталонии альманахами, еженедельниками и юмористическими изданиями появляются новые типы изданий. В основном, это литературно-политическая пресса, причем практически вся она была

каталаноязычной. По словам Жозепа Фигереса, пресса тех лет очень быстро проникла во все уголки Каталонии, поскольку на страницах новых газет и журналов стали впервые появляться правдивые материалы о социальной и общественно-политической жизни, причем не только в крупных городах, но и в провинции. Пресса стала заботиться о том, чтобы быть зеркалом реальной городской и провинциальной жизни со всей ее проблематикой, нуждами и заботами. При этом ярко выраженным остается национальный фактор. Вот, например, как заявляет о своих целях провинциальная каталаноязычная газета *Les Circumstancies* («Обстоятельства»), начавшая выходить в Реусе: «Любовь к земле, к нашим истокам и корням – вот главное чувство, которое заставляет нас взяться за издание газеты. Мы хотим, чтобы читатели знали, чем живет не только Мадрид, но и наша Каталония, наш Реус и его окрестности, чем живет в нашу обновленную эпоху простой человек, какие у него заботы и проблемы».

Таким образом, из-за революционных событий чисто литературные издания оказались отодвинутыми на второй план, или же они, сменив направление, стали изданиями политическими. Вспомним хотя бы судьбу журнала *La Barretina*. Из политических изданий, родившихся осенью 1868 года, заметный след оставили еженедельные каталаноязычные газеты *Lo Cop* («Вершина») и *Lo Somatent* («Народное ополчение»). *Lo Cop* в первом номере, вышедшем в свет 3 октября, провозгласила себя революционным каталонским изданием:

«Будучи детьми нашей героической Каталонии, мы никогда не забудем о ее интересах и защитим их, и наш голос в защиту родины долетает до Небесных Врат. Мы будем каталонцами, и притом каталонцами в сердце и по духу. Мы никогда не забудем, что мы такие же, как испанцы, но другой закваски. Мы все, от мала до велика, следуем лучшему. Это лучшее – наша планета, на планете – Европа, в Европе – Испания, в Испании – Каталония, в Каталонии – Барселона,

в Барселоне – наша улица, на нашей улице – наш дом, а в нашем доме – наша комната»<sup>20</sup>.

Подавляющее большинство политических изданий Каталонии базировались на простой, но поддерживаемой народом идее о независимости и независимости, разница между ними заключалась в первую очередь в степени открытости в признании стремления к автономии.

Тираж издания вырос до 25 000 экземпляров. Однако мадридское временное правительство запретило *Lo Cor*. Газета подчинилась воле правительства, однако через три дня после закрытия, 24 октября 1868 года, в Барселоне появилась новая еженедельная газета – *Lo Somatent*, редакционный состав которой почти полностью повторял *Lo Cor*. Газета хотела стать политико-либеральным изданием, как это указывалось в заголовке. Но, судя по первой же редакционной статье, ни о каком либерализме не было и речи: редакция продолжала делать ставку на обострение конфликта с правительством (что, впрочем, способствовало росту популярности издания) и выдвигало крайне националистические лозунги: «Каталония – каталонцам!», «Каталонии – независимость!».

С этих заявлений и началась редакционная статья первого номера: «Федеральная республика – это единственное правительство, которое может преобразовать Испанию. Долой существующее правительство! <...> Каталонцы хотят сами управляться в Каталонии, а испанцы, арагонцы и прочие пусть управляют в Кастилии и Арагоне!..» Естественно, что первый номер *Lo Somatent* оказался и последним. Более того, министр юстиции отдал распоряжение об аресте сотрудников редакции, однако те, предупрежденные об опасности, успели уйти в подполье.

Вскоре крайние националистические тенденции, упирившиеся в стремления сепарации от Испании, господствовавшие в каталонском обществе в первые месяцы революции, сменились на более компромиссные. Это, в первую очередь, нашло отражение на страницах печати. 3 января 1869 года

---

<sup>20</sup> Tajfel H. Social Identity and Intergroup Relations. Cambridge University Press: Cambridge, 1982, 546 p.

вышел первый номер ежедневной газеты *Las Barras Catalanas* («Каталонские слитки»). Уже тот факт, что языком газеты был испанский, говорит о повышении толерантности в каталонском обществе. Основные цели и направления деятельности газеты сформулированы были в девизе: «Газета политическая и литературная. Национальный суверенитет. Право и справедливость. Свобода. Прогресс». Таким образом, главная цель, стоявшая перед изданием, совпадала со стремлениями подавляющего числа каталонцев, стремившихся к сепарации.

Издание, выходявшее на четырех страницах, возглавил Иннокенси Лопес, и практически в каждом номере газеты появлялись его статьи, где автор делал ставку на каталонский национальный характер, не без основания считая этот фактор движущей силой революции (характерно, что в некоторых своих статьях Лопес именовал Сентябрьскую революцию вовсе не испанской, а каталонской революцией).

Как опытный издатель и журналист, Лопес, выпуская *Las Barras Catalanas*, имел далеко идущие планы. Они были реализованы вскоре в сатирическом еженедельнике *La Campana de Gracia* («Колокол благодарения»), первый номер которого вышел в свет 8 мая 1870 года. Лопес и Рока-и-Рока разделили обязанности: первый стал издателем, второй редактором. *La Campana de Gracia* имел ярко выраженную республиканскую и антиклерикальную направленность. Рока-и-Рока привлек к работе в еженедельнике известного публициста и теоретика каталонского национализма, одного из основоположников каталонизма Валенти Альмираля.

Однако в апреле 1872 года официально были запрещены все республиканские и антиклерикальные издания, в первую очередь *La Campana de Gracia*.

В то же время в Каталонии выходили издания не только революционного, республиканского направления, но и промонархические, проправительственные, причём, как ни удивительно, также националистического характера. В качестве примера можно привести

каталаноязычный еженедельник *Lo Mestre Titas* («Подруга Курица»). Он объяснял читателям, что будет общаться с ними «в той же манере, в которой говорят сегодня по-каталански, без изящных умствований и грамматических изысков». Такая простота языка и доступность изложения способствовала успеху еженедельника в сельских районах Каталонии, где низкий уровень образованности не позволял читателям полностью понимать многие высокоинтеллектуальные литературно-политические издания, как *La Rambla*, *Las Barras Catalanas* и особенно *La Campana de Gracia*. Но *Lo Mestre Titas*, удачно найдя свою нишу в информационном пространстве, не имел и не нашел массового читателя и прекратил существование. Каталонская молодежь в подавляющем большинстве своем не принимала монархические идеи и предпочитала другие издания, которые носили менее проправительственный характер.

В 1871 году стал издаваться журнал *La Renaixensa* («Возрождение»). Он выходил сначала два, а вскоре три раза в месяц и поставил перед собою задачу стать главным каталаноязычным литературно-художественным и научно-популярным изданием, причем не только для Каталонии, но и для всех каталонских земель. Помимо литературной и научной частей в *La Renaixensa* существовал отдел или, точнее, раздел публицистики и новостей, в основном литературно-художественных. Публицистика всегда носила ярко выраженный националистический характер. Это выражалось в пропаганде национальной исключительности каталонцев, противопоставлении каталонской нации другим, прежде всего, испанской. Политическая и экономическая нестабильность в стране привела к дальнейшему росту национального самосознания каталонцев. Эти настроения не могли не отразиться на рынке прессы.

Во второй половине 1870-х годов в Испании произошла реставрация монархии. В Каталонии период Реставрации был отмечен ростом каталонского национализма, что, безусловно, нашло отражение и на страницах прессы, не только новой, но прежде всего возрожденной после перерыва в последние революционные годы. Каталонский публицист, философ и журналист Жозеп



Верду возродил в 1878 году два популярных прежде каталаноязычных еженедельника: *Jocs Florals* («Цветочные игры») и *Lo Nunci* («Нунси»).

Каталонская журналистика всегда носила на себе отпечаток национализма, который проявлялся в зависимости от политической и экономической ситуации в большей или меньшей степени. Но радикальный национализм не находил отклика в сердцах большинства каталонцев. Именно умеренный национализм был характерен для наиболее популярных периодических изданий Каталонии второй половины XIX века. Яркий пример такого издания – возрождённый в 1878 году еженедельник *La Campana de Gracia*. В 1882 году его тираж достиг рекордной для всей каталонской печати отметки в 32 тысячи экземпляров. *La Campana de Gracia* удачно сочетал в себе элементы здорового национализма и совершенно искреннего сочувствия к справедливым требованиям рабочего класса, всегда разбавляя статьи на политические и социальные темы литературно-развлекательными и иллюстративными материалами.

В 1880-е годы наметилась тенденция, связанная с преобладанием испаноязычных ежедневных газет над каталаноязычными. Правительство Мадрида было заинтересовано в мощной центральной власти, ему не нужны были очаги национализма и сепаратизма, а Каталония как раз являлась потенциальным очагом напряженности. Тем более что события прошедшей революции (как, впрочем, и предыдущих четырех революций) активнее всего развивались именно в этой испанской области. Поэтому всячески поддерживалась печать испаноязычная, которая, как правило, не была националистической и каталонистской.

Политическая подоплека данного вопроса тесно связана с социальной. В массах было распространено убеждение, что испанский (кастильский) язык – язык эксплуататоров, каталонский же – символ борьбы за освобождение. Очень точно сказал об этом на конгрессе в городе Манреса в 1892 году, где были выработаны основные принципы каталонизма, Нарсисо Вердагер: «Любой иностранец, посещающий Каталонию, может видеть, как самоотверженно

трудится её народ, в поте лица добывая хлеб на полях, полотно на фабриках, деньги в торговле; наряду с этим он видит свору тунеядцев в мундирах и фуражках, украшенных галунами и кокардами, символизирующими власть. И, заметив, что те, кто трудятся, говорят на одном языке, на местном (т.е. на каталанском. – Г.П.), а те, кто забирают плоды труда, распоряжаются, командуют, – на другом (т.е. на испанском, *castellano*. – Г.П.), он непременно сделает вывод: здесь хозяйничают чужаки, власть здесь – не местная, она принадлежит завоевателям. Каталония – порабощённая страна».

Немало беспокойства у Мадрида вызывала и та часть каталонистской доктрины, в которой говорилось о преимуществах каталанского языка перед кастильским. В вышедшей в 1900 году в Мадриде книге Е. Санса-и-Эскартина «Заметки об экономическом и социальном положении Каталонии и особенно о каталонизме» приводятся слова каталонского литератора и публициста Прага де ла Рибя из его брошюры «Понимание каталонистской доктрины» (*Compendio de la doctrina catalanista*): «Каталанский язык характеризуется точностью и компактностью фраз и оборотов, которые позволяют прямо, без ненужных околичностей выразить существо дела; напротив, кастильский со своей пышной фразеологией и многословием заставляет попусту тратить драгоценное время на выражение самой пустячной мысли».

Так что связь языка с социальной действительностью интересовала в Испании последней четверти XIX века не только и не столько языковедов, сколько политиков и журналистов, поэтов и писателей, государственных деятелей и рядовых носителей языка.

Отсутствие национальной общекаталонской ежедневной прессы можно объяснить и особенностями каталанского языка, который имел (и имеет) три основных диалекта: собственно каталанский или барселонский, валенсийский и мальоркинский (или балеарский). Борьба за единый литературный каталанский язык шла на протяжении всего девятнадцатого и начала двадцатого веков с переменным успехом. Даже в каталонской орфографии вплоть до начала 1920-х годов не было единых норм. Как отмечает А.М. Бадья-и-Маргарит в книге

«Язык и культура каталонских земель», разноречивой в каталонской орфографии был беспрецедентным.

Ситуация осложнялась еще и тем, что под орфографическую анархию с довольно большим успехом подводилась если не теоретическая, то по крайней мере идеологическая база: разноречивой считался не только нормальным явлением, но и желательным, поскольку он якобы связывался с проявлением свободолобивого характера каталонцев, противников всякого рода диктатов и общепринятых правил. Сторонники орфографического анархизма полагали, что унификация придёт когда-нибудь сама собою и без вмешательства сверху, что орфография – дело второстепенное, и ссылались в доказательство своей правоты на успешное развитие каталонской литературы в эпоху Возрождения (XIV век; не путать с Возрождением 1830-х годов!), когда царила полная орфографическая свобода.

Естественно, что описанные условия не могли способствовать созданию единой общекаталонской газеты, которая воспринималась бы своей в равной степени и барселонцами, и валенсийцами, и жителями Балеарских островов. Однако именно такую задачу поставил перед собою Валенти Альмираль, который стал и основателем, и собственником, и директором, и первым журналистом новой газеты на каталанском языке – *Diari Catalá* («Каталонская газета»). Её первый номер увидел свет 4 мая 1879 года. Накануне по всей Барселоне были расклеены листовки, которые извещали о появлении новой газеты: «Название будет более понятным, если оно написано по-каталански. <...> Наша газета станет выходить исключительно на каталанском языке, от первой до последней строки <...> Мы должны не только говорить на родном языке, но и читать на нём, читать ежедневные новости в газете, которую мы начинаем издавать. Мы должны чувствовать, должны думать и поступать по-каталански. Благодаря судьбе каталанский язык не умер, но долго спал. И в эти

дни, дни Возрождения, мы нашли возможность выпускать газету на родном языке – *Diari Catalá*»<sup>21</sup>.

Среди коллег Альмираля были журналисты и литераторы, в скором будущем известные деятели каталонизма: Франсеск Пи-и-Маргаль, Конрад Роуре, Антонио Фелиу-и-Кодина, Мануэль де Ласарте, художник и журналист Жозе Льюис Пельсер.

Сам Альмираль писал страстные политические статьи, защищавшие национальные интересы Каталонии, делал регулярные обзоры барселонских газет и журналов, помещал заметки о культуре и науке. Всего им было опубликовано более трехсот оригинальных материалов. Подписывал их Альмираль инициалами *V.A.* или *A.Z.* Для научных статей у него был псевдоним *Thales* (Фалес), для статей в воскресных номерах – *L'Amic de cada festa* (Друг каждого праздника). Альмираль создал разветвленную сеть корпунктов *DiariCatalá* в других городах – не только в пределах Каталонии и каталаноязычных регионов, но и по всей Испании, Португалии, Франции и Италии, и наладил эффективную работу собственных корреспондентов. Кроме того, по инициативе Альмираля в людных местах по всей Каталонии и даже за её пределами вывешивались специальные почтовые ящики, на которых было написано, что они предназначены для сбора критических отзывов в адрес *Diari Catalá* и советов коллективу редакции. Таким образом газета стала изучать общественное мнение и придерживаться его при выработке собственной линии. Особенно ценил Альмираль письма простых людей и всегда прислушивался к их советам. Позднее по его инициативе в *Diari Catalá* впервые в истории каталонской журналистики появился отдел писем.

Альмираль точно уловил колебание политических симпатий и антипатий населения. Первая каталонская ежедневная газета отличалась федералистской, республиканской направленностью (это диктовалось не только и не столько убеждениями редакции, сколько необходимостью коммерческого успеха, ибо подобные идеи были популярны среди каталонцев), умеренным

---

<sup>21</sup> Tsygankov A.P. Pathways after Empire. National identity and foreign economic policy in the post-soviet world. Lanham, 2001. 237 p.

антиклерикализмом. *Diari Catalá* следовала традициям таких популярных прежде еженедельников, как *Un Tros de Paper* и *La Campana de Gracia* (тоже связанных с именем Альмираля).

«С идеями федерализма и автономии, с яркими ежедневными политическими публикациями, прямо или косвенно разоблачавшими лживость правящих кругов, с исключительным вниманием ко всем провинциальным бедам и нуждам, *Diari Catalá* в короткий срок стала базовым инструментом в создании националистической каталонской идеологии и была вдохновителем движения, которое начиналось как литературное, а затем стало политическим»<sup>22</sup> – писал о газете Жозе Мария Фигерес.

Это движение организационно оформилось в 1880 году, когда по инициативе *Diari Catalá* в Барселоне был созван первый Каталонистский конгресс (*Congres Catalanista*), где была выработана политическая линия и идеология националистического движения. Его официальным печатным изданием стала газета *Renaixensa* («Возрождение»).

*Diari Catalá* сыграла неоценимую роль и в формировании нормированного, литературного каталанского языка. Родной язык был распространён в бытовой среде, официальным же языком оставался испанский. И, как отмечает А.М. Бадья-и-Маргарит, типичной была ситуация, когда два каталонца, не мысливших где-нибудь за дружеским застольем говорить друг с другом ни на каком другом языке, кроме своего родного, на работе начинали изъясняться друг с другом по-кастильски. Более того, считалось по крайней мере зазорным использовать в учреждениях, театрах и вообще в официальной обстановке каталанский язык. За его внедрение во все сферы жизни первой высказалась и последовательно выступала *Diari Catalá*.

«Язык сегодня представляет собой настоящую трудность для каталонцев, – писал на страницах газеты в начале XX века литературовед и языковед Помпеу Фабра. – Ведь на долгие годы письменная традиция была прервана. И сегодня мы в нашей газете продолжаем уже начатую работу по реконструкции

---

<sup>22</sup> Tubau I. Nada por la patria. La construcccion periodistica de naciones virtuales. Barcelona: FLOR DEL VIENTO, 1999. 278 p.

родного каталанского языка. Язык реконструируется с нашей помощью. Теперь мы не только говорим, но и пишем по-каталански, обращаемся друг к другу с серьезными актуальными вопросами и не задумываемся дать себе отчет, что таким образом мы день за днем сами формируем свой собственный литературный язык – язык сегодняшних и завтрашних каталонцев».

Стремясь возродить каталанский язык и поднять его до уровня полноценного европейского языка, Альмираль начал издавать «Библиотеку *Diari Catalá*» как приложение к газете. Сообщая о своей идее читателям, он писал, что будет печатать «вовсе не те книги, которые после чтения сразу выбрасываются, но наиболее важные книги, написанные за всю историю человечества»<sup>23</sup>. Первой в этой серии вышла переведенная самим Альмиралем на каталанский язык книга Ч. Дарвина «Происхождение видов путем естественного отбора». Это была первая научная книга, изданная на каталанском языке с начала Возрождения. Второй книгой в «Библиотеке» стала «Илиада» Гомера, затем вышли произведения Эдгара По, других писателей. Книжки «Библиотеки *Diari Catalá*» были доступны по цене даже людям с невысоким достатком. Покупая их, каталонцы знакомились с произведениями мировой литературы на родном, каталанском языке. И в этом деле заслугу Валенти Альмираля как просветителя трудно переоценить.

Претензии *Diari Catalá* на ведущую роль в возрождении каталонского языка подтверждались влиянием газеты на массы и ее авторитетом среди всех слоев населения. Именно на примере этого издания простые люди впервые поняли, что газета – большая сила. Событие, которое привело к этому выводу, произошло в самом конце 1878 года, еще до выхода в свет первого номера *Diari Catalá*. Мэрия Барселоны (*L'Ajuntament*) решила поднять цены на газ. Барселонцы, материальное положение большинства из которых оставляло желать лучшего, выступили против. Это противостояние длилось около девяти месяцев, в течение которых город находился в темноте (газом заправлялись осветительные приборы). Дело доходило до демонстраций и прямых

---

<sup>23</sup> Tasis R. Barcelona. *Imatge i historia d' una ciutat*. Barcelona: Dalmau, 1961. P. 412.

столкновений между возмущёнными горожанами и представителями муниципальной власти.

«Тьма в Барселоне все же не была кромешной, – отмечает Рафаэль Тасис в книге *«Barcelona. Imatge i historia d'unaciutat»* («Барселона. Образ и история города»). – В обстановке мрачных стычек был виден свет. Его излучала *Diari Catalá...*»<sup>24</sup>. Газета опубликовала ряд карикатур на представителей городской власти и сатирических заметок и пригрозила, что если мэрия не пойдёт навстречу барселонцам, то сотрудники газеты напишут цикл фельетонов о злоупотреблениях чиновников. Но обещанные фельетоны так и не были опубликованы: мэрия отменила свое решение о повышении цен на газ.

Естественно, что *Diari Catalá* не раз подвергалась официальным преследованиям и трижды за два года закрывалась, причём каждый раз на всё больший и больший срок. Но Альмираль и его коллеги не допускали простоя в работе и выпускали газеты под другими названиями: *Lo Tibidabo* («Тибидаво») в 1879 году (с 26 июля по 18 августа, всего вышло 24 номера), *La Veu de Catalunya* («Голос Каталонии») в 1880 году (с 30 июля по 28 августа, всего вышло 30 номеров) и *Lo Catalanista* («Каталонист») с 16 октября по 29 ноября 1880 года, всего вышло 45 номеров. Для усыпления бдительности властей Альмираль изменял подзаголовки временных газет и назначал редакторами кого-либо из коллег, хотя фактически определял лицо издания именно он.

Но как бы ни менялись названия и подзаголовки, дух *Diari Catalá* оставался в этих временных газетах неизменным. Альмиралю принадлежит редакционная статья «Возрождение родного языка», опубликованная в первом номере *La Veu de Catalunya*. «Мы говорим по-каталански, потому что не можем говорить ни на каком другом языке <...> Возрождение нашего языка приобретает такой размах, что каталанский уже стал нашим официальным языком...». А в газете *Lo Catalanista*, которая начала выходить в дни работы первого Каталонистского конгресса, Альмираль

---

<sup>24</sup> Figueres J. M. “La Renaixensa” . *Diari de Catalunya* (1881-1905). Barcelona: Rafael Dalmau, 1981. P. 57.

публиковал приложение *Diari de las sessions* («Дневник заседаний»), где подробно освещалась работа этого форума.

К лету 1881 года в коллективе *Diari Catalá* произошёл раскол из-за политических разногласий сотрудников, вызванных циклом статей Пи-и-Маргалья об испанском историческом федерализме. Кроме того, у газеты появились мощные конкуренты: как уже упоминалось, с 1 января 1881 года в Барселоне начало выходить другое ежедневное издание на каталанском языке – *La Renaixensa* («Возрождение»), а с 1 февраля того же года – испаноязычная ежедневная газета *La Vanguardia* («Авангард»). *Diari Catalá* начала терпеть убытки и 30 июня 1881 года после выхода 692 номеров вынуждена была закрыться, на этот раз насовсем. Эта газета по праву заняла достойное место не только в истории каталонской (и в первую очередь каталаноязычной) печати, но и в истории становления каталанского языка, каталонского национального самосознания и вообще в истории Каталонии, дав мощный толчок и развитию каталаноязычной прессы – как в самой Барселоне, так и в провинциальных городах, и формированию литературного, нормированного каталонского языка, и укреплению каталонизма.

С первых же номеров *La Renaixensa* стала критиковать позицию Валенти Альмираля, в частности и его газету *Diari Catalá* в целом. Эта полемика во многом обусловила закрытие *Diari Catalá*. Объективно позиция консервативного каталонизма и политического невмешательства, которую выражала *La Renaixensa*, пользовалась большей популярностью в Каталонии, чем левая и светская линия, проводившаяся газетой *Diari Catalá*. После закрытия *Diari Catalá* и вплоть до 1899 года, когда появилась газета *La Veu de Catalunya* («Голос Каталонии»), *La Renaixensa* оставалась единственной ежедневной газетой на каталанском языке.

Главной заслугой *La Renaixensa* является поддержка и пропаганда идей каталонизма на протяжении четверти столетия. Газета не только предоставляла свои полосы под пропагандистские материалы, но и организовывала различные националистические мероприятия, среди которых – Каталонский съезд в 1885



году (*Memorial de Greuges*) и Каталонистский конгресс в Манресе в 1892 году (*Assemblea de les Bases de Manresa*), где были выработаны основные принципы каталонизма. Кроме того, в целях пропаганды каталонизма *La Renaixensa* публиковала произведения практически всех выдающихся каталонских писателей, предоставив для них специальные разделы: литературы и фельетонов. Кстати, жанр фельетона впервые в каталонской прессе возник именно на страницах газеты *La Renaixensa*<sup>25</sup>.

Фельетоны, печатавшиеся здесь, были направлены в основном против кастильского влияния, попыток правительства Мадрида полностью ассимилировать Каталонию и, в частности, помешать кропотливой работе по созданию нормированного литературного каталанского языка. Именно за фельетоны *La Renaixensa* дважды получала прокурорские предупреждения и дважды была вынуждена приостановить выход. Однако во время приостановок она выходила под другими названиями и в других городах (Реусе и Вендрели). И каждый раз после возвращения редакции в Барселону тираж газеты неизменно увеличивался, популярность ее заметно росла.

Так продолжалось до конца XIX века, пока в 1899 году у *La Renaixensa* не появилась конкурентка – газета *La Veu de Catalunya*. Борьба двух газет обострилась в 1901 году, когда была образована Регионалистская лига (*Lliga Regionalista*), превратившая *La Veu de Catalunya* в свой официальный орган. Редакция *La Renaixensa* при поддержке Каталонистского союза (*L'Unió Catalanista*) предприняла последнюю попытку обновления газеты. Но попытка не удалась, и в условиях жесткой конкуренции (а в 1904 году стала выходить ещё одна ежедневная газета, *El Poble Catalá* («Каталонский народ», орган республиканских националистов) в 1905 году газета *La Renaixensa* закрылась.

В 1890-е годы наступает расцвет модернизма. В Каталонии модернизм, связанный прежде всего с именем великого каталонского архитектора Антонио Гауди-и-Корнета (1852-1926), вышел за рамки чисто архитектурного стиля. Как пишет Рамон Риус-и-Мосоль, каталонский модернизм стал символом

---

<sup>25</sup> Rius-i-Mossoll R. Converses amb Josep Espriu. Barcelona: Fundacio Espriu, 1990. P. 109.

возрождения Каталонии, ее языка, культуры, стал символом каталонской исключительности<sup>26</sup>. Проявлялся модернизм и в журналистике. Это выражалось в первую очередь в модернистских заголовках периодических изданий (например, само название газеты *La Veu de Catalunya* выполнено художником Доменечем-и-Мунтанером в модернистском стиле), в иллюстрациях. Появились даже художественные журналы, например, *Catalonia* («Каталония», 1898-1900 годы), *Quatre Gats* («Четыре кота», 1898-1899 годы), *Pel&Ploma* («Пух и перья», 1899-1908 годы), провозглашавшие модернизм «истинно каталонским стилем, стилем новой, возрожденной Каталонии». Эти журналы задали тон художественной жизни всей Каталонии.

Каталонизм в конце XIX века достиг широкого распространения. Не обошел он стороной и провинциальную прессу. На том же Каталонистском конгрессе 1880 года, где было принято решение выпускать газету *La Renaixensa*, говорилось о необходимости издавать ежедневные газеты и в провинциальных городах. Это было вызвано, во-первых, стремлением каталонистов к распространению своих идей не только в крупных городах, но и по всей Каталонии; во-вторых, большим доверием провинциальных жителей к местной прессе по сравнению с прессой барселонской; и в-третьих, необходимостью более доступного для далеко не всегда высокообразованных (а то и попросту малограмотных) сельских жителей и популярного изложения идей каталонизма. Кроме того, издание провинциальной газеты на каталанском языке способствовало бы дальнейшему формированию литературного языка, выработке единых норм правописания, что тоже входило в первоочередные планы каталонистов.

К концу 1890-х годов в Каталонии (не считая Барселоны) выходило уже около двухсот пятидесяти провинциальных периодических изданий на каталанском языке. Таким образом, произошло становление провинциальной каталаноязычной прессы. За последние три десятилетия XIX века в Реусе и Виланове-и-Желтру издавалось по двадцать газет и журналов, в Сабадели –

---

<sup>26</sup> Miquel-i-Verges J.M. La premsa catalana del vuit-cents (1801-1885). Barcelona: Barcino, 1937. P. 35-40.

пятнадцать, в Лейде, Жироне и Манресе – по десять, в Слоте, Фигересе, Террасе, Вальсе, Бадалоне, Гранольерсе, Таррагоне, Матаро, Вике и Вилафранке-дель-Пенедесе – по четыре-пять периодических изданий. Среди них есть газеты и журналы, оказавшие, по мнению Жозепа Михеля-и-Вержеса, наибольшее влияние на развитие идей каталонизма и каталонской журналистики, например, *La Veu de Montserrat* («Голос Монсеррата», город Вик), *La Vegada* («Вечер», Жирона), *Revista Catalana* («Каталонский журнал», Манреса), *L'Olot* («Олот», Олот), *La Veudel Camp* («Голос поля», Реус), *Lo Catalanista* («Каталонист», Сабадель), *La Patria Catalana* («Каталонская родина», Валс), *Las Cuatre Barras* («Четыре слитка», Вилафранка дель Пенедес)<sup>27</sup>.

В 1880-е годы на рынке каталаноязычной периодики прочно закрепляется ещё один тип издания – журнал. Первым подобным изданием, прочно вошедшим в историю каталонской журналистики и во многом определившим пути развития каталонского национального сознания, стал журнал *L'Avenc* («Прогресс»). Журнал продолжил работу по созданию литературного, нормированного каталанского языка. На его страницах была организована дискуссия о каталонской орфографии, дискуссия, которая предвосхитила научные и политические споры на эту тему на Каталонистском конгрессе в Манресе в 1892 году. Филолог Жоаким Касас-и-Карбо и инженер Помпеу Фабра опубликовали в ноябрьском номере *L'Avenc* за 1890 год свои проекты языковой реформы и обновления каталанского языка. Так, Касас-и-Карбо утверждал и доказывал, что слово, ставшее названием журнала, – *L'Avenc*, – не отражает современного фонетического состояния языка. По мнению филолога, нормированным было бы написание этого слова с последней буквой *c* вместо *s*: *avenc*.

Редактор журнала Массо-и-Торрентс, не дожидаясь официальных решений о языковой реформе, стал ее фактически проводить. С января 1891 года журнал начал выходить с несколько измененным названием, отражавшим

---

<sup>27</sup> Torrent J., Tasis R. Història de la premsa catalana. Barcelona: Bruguera, 1966. P. 205.

изменения в языке: *L'Avenc*. Всего за несколько лет, благодаря вмешательству журнала, слово *avenc* закрепилось в каталанском языке в единственном варианте правописания. В декабре 1893 года Массо-и-Торрентс закрыл журнал и сосредоточил свою работу на пропаганде каталонизма, используя для этого собственную типографию<sup>28</sup>. Националистическую политику *L'Avenc* продолжил журнал *Catalonia* («Каталония»), издававшийся в 1898-1900 годах. Испаноязычное название, по мнению издателя журнала писателя и поэта Жоана Маргалья, должно было демонстрировать лояльность редакции по отношению к Мадриду. Однако, на самом деле журнал продолжил каталонистские традиции *L'Avenc*. В первом же номере *Catalonia* была опубликована националистическая поэма Маргалья "*Adeu, Espanya!*" («Прощай, Испания!»).

Националистический подъем конца XIX века нашел свое отражение в создании огромного количества новых периодических изданий. Наряду с уже ставшими привычными каталонскому читателю типами изданий появляются издания специализированные и даже узкоспециализированные, но и в них был слышен националистический тон. Порой дело доходило до курьезов. Так, в 1898 году вышел журнал *La Gynecologia Catalana* («Каталонская гинекология») – первый опыт медицинского периодического издания на каталанском языке. «Однако, – как отмечал Микель-и-Вержес, – даже в названии такого, казалось бы, специфического журнала ясно видно влияние национализма. В самом деле, чем каталонская гинекология отличается, скажем, от гинекологии кастильской или андалузской?»<sup>29</sup>.

Разнообразие и плюрализм каталаноязычной прессы достигает на рубеже XIX – XX веков апогея и внедряется во все типы изданий, во все политические направления. Партийная журналистика (в конце XIX века в Каталонии складываются три основных политических течения: националистическое, карлистское и традиционалистское) тоже сформировала свою систему печати. Причем если в 1870-е годы правые издания робко пробовали внедрять в своей

---

<sup>28</sup> Miquel-i-Verges J.M. La premsa catalana del vuit-cents (1801-1885). Barcelona: Barcino, 1937. P. 18.

<sup>29</sup> Guillamet J. Història de la premsa, la ràdio i la televisió a Catalunya (1641-1994). Barcelona: La Campana, 1994. P. 64.

прессе двуязычие (*La Margarida* (Маргаритка)), *El Sacristan* («Ризничий»)), то уже спустя десять лет правым стало ясно, что для роста популярности издания и своих идей необходимо обращаться к читателям на их родном языке. И карлистские, традиционалистские, католические периодические издания 1880-1890-х годов за редким исключением выходили на каталанском языке.

Это разделение можно проследить даже в XXI веке в системе современных политических партий Республики. Так, «Гражданская партия», одна из наиболее влиятельных политических партий Каталонии, сочетает в себе стремление совместить дружественные отношения с Испанией и национальные идеи, в то время как подавляющее большинство других каталонских партий, к которым относятся «Инициатива для Каталонии», «Конвергенция и Союз», «Народная партия Каталонии» и т. д., куда более радикальны в своем стремлении к независимости.

Отношение испаноязычной каталонской прессы к движению каталонизма было более взвешенным и спокойным, чем у прессы на каталанском языке. В конце XIX века в Барселоне выходило несколько общекаталонских испаноязычных газет. Из партийной прессы наиболее значимыми являлись следующие ежедневные газеты: *El Correo Catalán* («Каталонская почта») – выходила с 1876 по 1983 год; *La Publicidad* («Реклама») – издавалась с 1878 по 1939 год; *El Diluvio* («Ливень») – выходила с 1879 по 1939 год; *La Vanguardia* («Авангард») – издаётся с 1881 года по настоящее время.

В то же время старейшая каталонская испаноязычная газета *Diario de Barcelona*, несмотря на увеличение тиража в два раза, значительно уступает новым изданиям. «Впрочем, – отмечает Жауме Гильямет, – в конце 1880-х – начале 1890-х годов увеличились тиражи практически всех каталонских ежедневных газет, и *Diario de Barcelona* – не исключение. Дело в том, что *Diario de Barcelona*, оставаясь по сути своей консервативным изданием, недостаточно объективно отражала реалии конца XIX века и если не игнорировала, то уделяла очень мало внимания освещению каталонистского движения. К тому же

*Diario de Barcelona* не была политической, партийной газетой. А эпоха вызывала к жизни в первую очередь партийные издания»<sup>30</sup>.

Как видим, каталонизм поддерживали не только каталаноязычные, но и многие испаноязычные периодические издания. Интересен в этом отношении пример старейшей на сегодняшний день каталонской газеты *La Vanguardia*. Почему испаноязычная газета завоевала такую популярность в национальной провинции Испании, где господствовал каталонский национализм и, как одно из главнейших его проявлений, каталонизм? *La Vanguardia*, будучи далекой от каталонистских настроений, относилась к каталонистскому движению лояльно и освещало его объективно. Каталаноязычным же периодическим изданиям объективности в национальном вопросе не хватало, и потому читатель был заинтересован не только в пристрастных, но и в независимых и более объективных по сравнению с другими газетами суждениях *La Vanguardia*. Таким образом газета привлекла к себе немалую часть образованных и вдумчивых жителей Каталонии, которым национализм не застилал глаза.

В целом, жизнеспособность и популярность испаноязычной прессы в Каталонии может быть объяснена большей объективностью и беспристрастностью в освещении многих внутренних проблем. Самим своим существованием она являла внутреннюю оппозицию каталонизму, чем привлекала многих, порой даже убежденных националистов.

Именно роль и влияние прессы стало решающей предпосылкой подъема националистического движения в Каталонии на протяжении всего XIX века. Периодические издания были не просто способом выражения мыслей того или иного журналиста, а инструментом пропаганды и борьбы за власть. История Каталонии не может рассматриваться без тесной связи с историей каталонской прессы и других средств коммуникации. Историю каталонского Возрождения и собственно историю каталонизма можно изучать по выходившим в те времена в Барселоне газетам и журналам. Возможности прессы всегда определялись политическими условиями, но эволюция прессы и ее влияние на национальное

---

<sup>30</sup> Centelles S.M. La lluita de les dones per aconseguir l' espai public a Espanya. Del sexenni democratic a la segona republica, Valencia, 2016. P. 32.

сознание и социально-политическую жизнь Каталонии делали ее с каждым годом все более свободной. И чем дальше, тем меньше зависела пресса от власти, тем сложнее было власти обузывать прессу.

Еще в начале XIX века каталонская пресса была непрофессиональной, кустарной, носила ярко выраженный персональный характер. Будучи в подавляющем большинстве своем официозной, она выражала интересы правящего меньшинства и практически целиком зависела от абсолютной королевской власти с ее системой привилегий, монополией на истину в последней инстанции и, конечно, цензурой. Если в начале XIX века чтение газеты было привилегией элиты, то в конце века оно приобрело массовый характер, при этом уменьшилась возможность вмешательства властей в прессу. Свобода печати превратилась в главный аргумент демократической политики. Новая индустрия коммуникаций, сложившаяся к концу XIX века, разрушила старые схемы подчиненности средств массовой информации контролю властей. Едва ли не главная заслуга каталонской прессы – в пропаганде идей каталонизма, выразившейся прежде всего в борьбе за формирование литературного, нормированного каталанского языка. Если к концу XVIII века каталанский язык оставался бесправным, и среди горожан Каталонии считалось некультурным говорить по-каталански, то развернутая в 1880-1890-е годы прессой борьба за родной язык принесла свои плоды, и к началу XX в. произошла лингвистическая нормализация прессы, обусловленная созданием и утверждением языковых норм. В популяризации родного языка участвовали каталаноязычные периодические издания всех типов, вплоть до сатирических. Важнейшую роль в пропаганде идей каталонизма сыграли газеты *Diari Catalá* и *La Renaixensa*.

В результате каталанский язык не только встал наравне с испанским, но и начал вытеснять его. Особенно заметно усиление роли каталанского языка при рассмотрении соотношения каталаноязычных периодических изданий в начале и конце XIX века. Борьба каталонистов не только привела к становлению каталанского языка, каталаноязычной прессы, но и оказала влияние на многие

сложнейшие процессы, происходившие в каталонских СМИ в XX веке и связанные с формированием национальной идентичности.

Тенденции к самоопределению Каталонии усилились в 1920-30-е гг., особенно с провозглашением Второй республики в 1931 г. и началом Гражданской войны (1936-1939 гг.). В это время среди каталонцев чрезвычайно популярными стали коммунизм и анархизм и связанные с ними сопутствующие социально-политические движения, в том числе феминизм.

Надо заметить, что в Западной Европе, где эмансипация в начале XX в. ограничивалась движением за равенство избирательного права, включение левых, социал-демократических идей в феминистскую повестку дня было редкостью: «Новые женские идентичности не включали вопросы материнства или контроля рождаемости, которые использовались в других странах для эмансипации. Главное беспокойство вызывали проблемы образования и выхода женщины на рынок труда – это воспринималось как обязательный шаг к достижению автономии региона»<sup>31</sup>.

Поэтому автономное сообщество Каталония в составе Испании традиционно считается регионом, где с началом XX в. наибольшее распространение имеют так называемые левые, авангардные общественные идеи. Можно даже говорить о том, что среди всех западноевропейских государств именно в Каталонии феминистское движение сумело за короткий срок развернуться до масштабов общенационального и охватить разные социальные слои каталонцев, сплотив их на уровне народа. В Каталонии, Валенсии и других областях страны, где сильным оставалось влияние каталанского языка, в XX веке появляются первые феминистские кружки, которые исповедовали идеи женской эмансипации в их марксистском варианте. Левые политические силы, используя опыт других стран (в том числе и во многом опыт СССР), проводили пропаганду среди широких слоев того общественного кластера, который считался опорой революционного движения:

---

<sup>31</sup> Мария Лус Моралес (1889-1980) была первой не только в Каталонии, но и во всей Испании женщиной, возглавившей общенациональное периодическое издание. В 1936 г., в самом начале Гражданской войны, она стала директором старейшей испанской газеты «Ла Вангардиа», штаб-квартира которой находится в Барселоне.



пролетариата, крестьянства, интеллигенции. Главным двигателем этой пропагандистской работы выступала газета *El Mundo Obrero* («Рабочий мир»), официальный орган ЦК компартии Испании. Результатом деятельности этого издания, вдохновителем и главным редактором которого была, кстати, женщина – писательница Долорес Ибаррури, стало вовлечение в левое движение большого количества женщин. Помимо Долорес Ибаррури, у истоков каталонского феминизма стояли выдающиеся журналистки, публицистки и писательницы Мария Лус Моралес<sup>32</sup>, Ирене Поло<sup>33</sup>, Роса Мария Аркимбау<sup>34</sup>.

В 1901 г. правительство Испании признало, что каталонская нация существует как таковая, это подтолкнуло многих жителей Каталонии к мысли о том, что регион вполне способен благополучно существовать автономно. Была основана Регионалистская лига, благодаря которой в 1914 г. был сформирован такой орган самоуправления, как Манкомунитата (*Mancomunitat*), а четыре каталонские провинции слились воедино<sup>35</sup>.

В период II Республики (1931-1939 гг.) приверженцы каталонской национальной идеи начали воплощать в жизнь федералистские чаяния и предприняли попытку основать отдельное государство. 14 апреля 1931 года президент Женералитата Ф. Масиа без излишних бюрократических процедур продекларировал основание Каталонской республики. Подразумевалось, что новообразованная республика станет одной из составляющих Иберийской Федерации<sup>36</sup>. Тем не менее, стремление элитных кругов Каталонии отделиться от Испании было подавлено властями. При этом в сентябре 1932 года Учредительные кортесы Испании утвердили закон об автономном статусе Каталонии, согласно которому сформировали каталонский парламент, а

---

<sup>32</sup> Ирене Поло (1909-1942) прославилась в начале 1930-х гг. благодаря острым социально-политическим публикациям в барселонском журнале «Мирадор» и газете «Ла Уманитат».

<sup>33</sup> Роса Мария Аркимбау (1909-1992) считается одной из лучших новеллисток той эпохи. Она публиковала социальные репортажи в журнале «Иматжес», еженедельнике «Ла Рамбла», а также театральные очерки и рецензии.

<sup>34</sup> Диес Медрано Х. Разделенные нации: Классы, политика и национализм в Стране Басков и Каталонии // Современная Испания. М.: ИНИОНРАН, 2003. С. 87.

<sup>35</sup> Alcalá C. Claves Históricas del Independentismo Catalán. Madrid: Grafite Ediciones, S.L., 2006. P. 164.

<sup>36</sup> Balcells A. Breve historia del nacionalismo catalán. Madrid, Alianza Editorial, 2004. P.141.

также правительство<sup>37</sup>. Каталония обрела широкую автономию, получила самоуправление, каталанский язык был приравнен к кастильскому. Неудивительно, что в период гражданской войны значительная часть населения Каталонии либо открыто выступала на стороне II Республики, либо сочувствовала ей. В 1934 году постепенно начала реализовываться концепция формирования обособленной Каталонии, достигшей независимости, однако проигрыш республиканцев похоронил эту идею – как казалось многим на тот момент, практически навсегда<sup>38</sup>.

Наступивший в 1939 г. диктаторский режим Франсиско Франко (продолжался до 1975 г.) оказался самым сложным периодом для региона за несколько веков истории. Надо сказать, что общие для страны тенденции именно в Каталонии усугублялись национальными противоречиями. Официальная идеология, провозглашавшая единство испанской нации, преследовала любые проявления всего «неиспанского» в жизни общества: культурная деятельность, журналистика, литература и даже бытовое общение на языках народов страны запрещалось, следование национальным традициям также гласно попадало под категорию государственных преступлений. Были официально запрещены все каталоноязычные газеты и журналы, книгоиздание на каталанском языке, преподавание его в школах и вузах; начались репрессии против политической и интеллектуальной элиты региона. Тем не менее и язык, и национальное самосознание сохранились, уйдя в подполье.

Долгое время, в течение всей диктатуры Франсиско Франко, на государственном уровне проблема формирования национальной идентичности была официально закрыта, считалось, что у каталонцев не может быть иной национальной идентичности, кроме испанской. Народ, насчитывающий более семи миллионов человек, практически официально признали несуществующим, «приписав» его к испанской нации, насильно насаждая общеиспанские

---

<sup>37</sup> Тамарович А.Ю. Движение за независимость Каталонии: причины и предпосылки сепаратизма // Известия Иркутского государственного университета. 2013. С. 149.

<sup>38</sup> El País.com. URL: [www.elpais.com](http://www.elpais.com) (дата обращения: 28.08. 2020)

культурные и общественные ценности, подавляя собственно каталанскую культуру и традиции.

Смерть Франко в 1975 г. и начало так называемого испанского транзита (*Transición Española*), мирного перехода от диктатуры к демократии в Испании, означали возрождение прежних тенденций в Каталонии. Франкизм сменился представительной демократией, в Испании было образовано государство автономий, вследствие чего Каталония обрела достаточно много прав и была наделена весомыми полномочиями. Согласно конституции 1978 года и автономному статусу 1979 года, в Каталонии имеется собственный парламент, есть собственное правительство (женералитат), полиция, радиовещание и телевидение. Каталанский язык признан на официальном уровне и теперь ничем не уступает испанскому языку.

Появилась пресса, которая быстро завоевала авторитет у читателей. В 1976 г., через несколько месяцев после смерти Франко, в Мадриде была основана газета *El País* («Страна»), ставшая первым после эпохи диктатуры демократическим периодическим изданием в Испании. Сегодня она является наиболее авторитетной испанской общенациональной газетой<sup>39</sup> и самой читаемой в стране после спортивной газеты *Marca* («Марка»)<sup>40</sup>, издающейся с 1938 г.

В том же 1976 г. в Барселоне появилась *Avui* («Сегодня») – ведущая ежедневная газета на каталанском языке. В 2011 г. на базе *Avui* и *El Punt* («Суть дела») – ежедневной газеты, выходившей с 1979 г. в Жероне, – была создана *El PuntAvui* (Сегодняшняя суть дела)<sup>41</sup>, которая сегодня является фактически ведущим общекаталонским периодическим изданием, но в рамках Испании остается региональной газетой и из-за нераспространенности каталанского языка в других провинциях страны практически не имеет влияния за пределами Каталонии.

---

<sup>39</sup> Marca.com. URL: [www.marca.com](http://www.marca.com) (дата обращения: 29.08. 2020)

<sup>40</sup> El Punt Avui.cat. URL: <http://www.elpuntavui.cat/> (дата обращения: 2.09. 2020)

<sup>41</sup> El Periodico.com.es.: URL <http://www.elperiodico.com/es/> Дата обращения: 2.09. 2020)

Еще одно крупное каталонское издание, появившееся в эту эпоху, – испаноязычная газета *El Periodico de Catalunya* («Периодическое издание Каталонии») которая возникла в Барселоне в 1978 г. и впоследствии стала общенациональной<sup>42</sup>. В 1997 г. начала издаваться каталаноязычная версия газеты, идентичная испаноязычной.

После того, как франкизм из актуальной идеологии превратился в достояние исторической науки, каталонская национальность впервые на протяжении всей своей истории начала рассматриваться как самостоятельная<sup>43</sup>.

Таким образом, в конце XX столетия регион обрел значительное количество прав, но это долгожданное событие показалось ревнителям националистических идей не отвечающим их заветным чаяниям во всей полноте. Националисты жаждали большего, особенно рьяно отстаивала приоритет национальной идентичности партийная федерация Конвергенция и Союз (КиС). Данная федерация формировала правительство Каталонии в период с 1980 года по 2003 год, после чего некоторое незначительное время находилась в оппозиции, чтобы вскоре, в 2010 году, вновь уверенно занять место во властных структурах.

Лидер партийной федерации Конвергенция и Союз Жорди Пужоль на протяжении 23 лет стоял во главе правительства КиС и представлял собой основоположника и вдохновителя каталонского национализма того периода. Пужоль ратовал за так называемую «рекаталонизацию Каталонии», намереваясь выработать стройную концепцию четко отграниченной от испанской каталонской национальной идентичности. Преследуя эту цель, он предполагал, что идеи, проникнутые духом национализма, будут формироваться в социуме, в первую очередь, при помощи деятелей журналистики и педагогики. Идеейные националисты должны были занять важные посты в средствах массовой информации и структурах образования, чтобы насаждать свои взгляды в качестве единственно верных. Таким образом, значимость журналистики в деле

---

<sup>42</sup> Авилова А.В., Акимов В.С., Баранова Т.Н. и др. Современная Испания. М.: Политиздат, 1983. С. 66.

<sup>43</sup> Хенкин С.М. Сепаратизм по-каталонски // Мировая экономика и международные отношения. 2018. Т. 62. № 5. С. 31.

формирования национальной идентичности не подвергалась ведущим деятелем национализма ни малейшему сомнению<sup>44</sup>.

В средствах массовой информации пропагандисты-журналисты умело нагнетали с начала 1980-х и продолжают нагнетать по сей день напряженность посредством искусственного создания трагического образа Каталонии как наиболее древней нации, невинной жертвы, несправедливо и вероломно угнетаемой Испанией, буквально истекающей кровью, уничтожаемой и стираемой в прах под гнетом «военной оккупации, культурно-лингвистической колонизации и т.д., длящихся уже триста лет»<sup>45</sup>. Этот образ лег в основу мифологического аспекта национальной идентичности Каталонии, культивируемой в средствах массовой информации.

#### **1.4. Идентичность как феномен в области психологической науки**

В настоящее время медиапотребление лежит в основе социализации индивида в подавляющем большинстве государств планеты. Именно средства массовой информации традиционно выполняют роль транслятора наиболее популярных в современном социуме концептов, в том числе и идеи национальной идентичности. В условиях глобализации уже не столько семья и близкое окружение, сколько журналистика формирует национальную идентичность граждан и ставит перед ними вопросы национального самоопределения, предлагая идеологемы, способные сформировать самосознание индивида на основе его принадлежности к определенной нации. Образы, в огромном количестве тиражируемые средствами массовой информации и направленные на конструирование национальной идентичности, широко распространяются в современном социуме. Что же такое «национальная идентичность» в частности и «идентичность» в целом?

Теория идентичности развивается на пересечении таких сфер гуманитарного знания, как социология, социальная психология, философия,

---

<sup>44</sup> Leguina J. Los 10 mitos del nacionalismo catalán. Barcelona, Planeta, S.A. P.91.

<sup>45</sup> Robles A. Historia de la resistencia al nacionalismo en Catalunya. Barcelona: BIBLIOTECA CRÓNICA GLOBAL, 2014. 698 p.

история, антропология, культурология и политология<sup>46</sup>. Впервые данный термин, происходящий от латинского слова *identifico* («отождествляю»), мы встречаем в печатном источнике, датированном 1545 годом, – в труде английского автора, церковного деятеля, историка и полемиста Джона Бейла «Тайна неравенства» (John Bale «*A Mysterye of Inyquyte*»), он означает «сходство, подобие»<sup>47</sup>.

Английский педагог и философ Джон Локк употреблял данный термин, обозначая осмысление индивидом собственной личностной тождественности, охватывающее каждое действие либо мысль в прошлом<sup>48</sup>. Впоследствии данный термин широко используется в сфере психологии, и в качестве самостоятельно существующего научного понятия связан с трудами психолога Эрика Эриксона, посвятившего свои изыскания такой области психологического знания, как психология развития, а также психоанализу<sup>49</sup>.

В своем труде «Идентичность: юность и кризис», изданном в 1967 году, Эриксон определяет идентичность в качестве ощущения личного тождества и исторической непрерывности личности на двух уровнях, каждый из которых имеет два полюса – отрицательный и положительный<sup>50</sup>. Первый из данных уровней, индивидуальный, отражает восприятие себя как тождественного и осмысление непрерывности своего существования в пространственно-временных координатах. Здесь сочетаются органический и индивидуальный компоненты – совокупность физического внешнего облика и данных от природы способностей индивида с осмыслением собственного уникального пути развития, желанием следовать данным путем и как можно более полно самореализоваться в процессе его прохождения.

В то же время второй уровень относится к сфере социальных отношений и отражает осознание процесса принятия тождества и непрерывного

---

<sup>46</sup> Водолазов Г.Г. Новый гуманизм (неогуманизм) как идеологическая парадигма XXI века // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2018. № 2. С. 24.

<sup>47</sup> Задворная Е. С. Феномен идентичности: история формирования понятия и современные подходы к изучению // Ценности и смыслы. 2017. №1 (47). С. 24.

<sup>48</sup> Локк Дж. Сочинения в трех томах. Т. 2. М.: Мысль, 1985. С. 380.

<sup>49</sup> Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996. С. 35.

<sup>50</sup> Кочетков В. В. Национальная и этническая идентичность в современном мире // Вестник Московского университета. 2012. № 2. С. 144.

существования личности другими людьми. На втором уровне речь идет о социальной идентичности, которую можно рассматривать в двух аспектах – групповом и психосоциальном. Групповая идентичность – это принадлежность индивида к разнообразным социальным группам, она предоставляет возможность интенсивного переживания чувства единения и солидарности с непосредственным социальным окружением. Психосоциальный аспект идентичности наделяет индивида осознанием важности собственного существования в границах данного социума<sup>51</sup>.

Положительный полюс каждого уровня отражает то, какой личностью должна быть, на отрицательном полюсе, соответственно, сконцентрированы нежелательные представления о личности.

Эрик Эриксон считает, что идентичность обладает одной из важнейших функций – дает возможность индивиду адаптироваться в социуме, принять и понять механизмы, согласно которым функционируют социальные институты, преодолевать неизбежные возрастные психологические кризисы и выходить из них обновленным и обогащенным, сохраняя осознание собственной уникальности, «самости»<sup>52</sup>.

Именно идентичность дает человеку возможность воспринимать собственное бытие как не зависящее от преходящих, стремительно меняющихся, заданных извне обстоятельств. Сформированная, развитая идентичность наделяет личность независимостью и чувством собственного достоинства. Э. Эриксон подчеркивает, что идентичность при этом будет неизбежно определяться принадлежностью индивида к конкретной исторической эпохе, которой свойствен конкретный тип выстраивания межличностных отношений внутри социума. Поэтому идентичность помогает индивиду гармонизировать собственные ценности, установки и поведенческие паттерны с тем социально-психологическим идеальным концептом личности, который преобладает на данной стадии исторического развития человеческого общества.

---

<sup>51</sup> Там же, с. 42.

<sup>52</sup> Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996. С. 44.

Существует также коммуникативный подход к проблеме формирования и развития идентичности, предполагающий, что личность обретает идентичность в процессе обмена информационными единицами с окружающими людьми и социальными институтами<sup>53</sup>. Идентичность как феномен в области психологической науки исследовали представители символического интеракционизма, среди которых – Чарльз Кули, Джордж Мид, Ирвинг Гоффман, Юрген Хабермас, Барон Энтони Гидденс и другие. Символический интеракционизм считает фундаментом социальной реальности взаимодействия индивидов в их символическом, то есть языковом воплощении.

В частности, американский социолог и исследователь в области социальной психологии Чарльз Кули определил «самость» как сочетание двух полноправных аспектов – личностного и социального. Личность, по его мнению, определяют условия, задающиеся социумом, представление человека о том, каким образом он отражается в сознании окружающих людей и в обобщенном отношении к нему социальных групп и институтов (концепция зеркального «Я»)<sup>54</sup>.

Американский философ, психолог, социолог Джордж Мид развил идеи Кули и концепцию «обобщенного другого», вытекающую из концепции зеркального «Я». «Обобщенный другой» – это совокупность общепризнанных в определенной социальной парадигме ценностных установок и поведенческих паттернов, которые формируют у индивидов «Я-образ». Предполагается, что в ходе коммуникации человек смотрит на себя глазами тех индивидов, с которыми он общается, и рассматривает себя словно со стороны, согласно предполагаемым оценочным суждениям «обобщенного другого». Данный процесс преобразует биологический организм в социального индивида, способного к достаточно глубокому осознанию собственных внутренних процессов – как когнитивных, так и эмоциональных, к рефлексии относительно

---

<sup>53</sup> Кули Ч.К. Избранное. М.: ИНИОН РАН, 2019. 234 с.

<sup>54</sup> Мид Дж. Философия настоящего. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. 272 с.



собственного поведения, внешних проявлений внутренних ценностных установок<sup>55</sup>.

В 1970-80-е годы немалый вклад в изучение феномена идентичности внесли исследователи, ведущие свои изыскания в рамках так называемой когнитивистской парадигмы. Это, прежде всего, Генри Тэджфел, Джонатан Тернер, Майкл Хогг, которых интересовало, в первую очередь, изучение сознания человека.

Английский психолог Генри Тэджфел, автор труда под названием «Социальная идентичность и межгрупповые отношения», выработал теорию социальной идентичности, выйдя за рамки индивидуалистского подхода. С его точки зрения, «Я-концепция» формируется из таких когнитивных образований, относящихся к процессу самоопределения, как личностная, то есть физическая, интеллектуальная, нравственная идентичность и групповая, то есть этническая, социальная, профессиональная идентичность. Социальная идентичность конструируется из осознания индивидом собственной принадлежности к группе либо нескольким группам, а также из оценочных суждений относительно данного членства и диапазона эмоций, испытываемых и проявляемых индивидом по данному поводу<sup>56</sup>.

Британский социальный психолог Джон Тернер разработал теорию самокатегоризации, которая представляет собой логическое продолжение концепции социальной идентичности. Предмет вышеуказанной теории – процесс социальной категоризации, то есть распределения человеком окружающих его людей по различным социальным группам, или категориям. При этом к одной из рассматриваемых групп человек неминуемо должен отнести себя, что называется самокатегоризацией. Социальная идентичность вырабатывается именно в процессе социальной категоризации, когда человек идентифицирует себя с той или иной социальной группой и подводит под эту идентификацию некую теоретическую базу, что является достаточно сложным

---

<sup>55</sup> Tajfel H. Social Identity and Intergroup Relations. Cambridge University Press: Cambridge, 1982. 546 p.

<sup>56</sup> Горбатенко Н.С., Сидоренков А.В. Концептуальные компоненты подхода теории социальной идентичности к изучению групп // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. 2008. № 4. С. 113.

когнитивным процессом, выполняющим функцию упорядочивания хаотически поступающей и накапливающейся в сознании индивида информации о собственной роли в социальных группах, и шире – в социуме, в государстве, в масштабе планеты, во Вселенной. В ходе категоризации выявляются и углубляются различия и противоречия между категориями и закономерно сглаживаются и сводятся к нулю различия и несоответствия в рамках одной категории. Это помогает членам одной социальной группы достигать четко оформленной и осознанной, положительно воспринимаемой социальной идентичности. Тернер отмечает, что самокатегоризация проявляется на нескольких уровнях: высшем, среднем и низшем. Эти уровни соотносятся с человеческой, социальной, персональной идентичностью и базируются на межвидовом, межгрупповом и межличностном соотнесении индивидом самого себя с другими людьми<sup>57</sup>.

В соответствии с концепцией социальной идентичности поведение индивида в рамках, заданных условиями социума, будет осуществляться в границах, заданных двумя крайними точками. Во-первых, это виды коммуникации индивидов, которые рассматриваются в качестве уникальных личностей, независимых от наличия или отсутствия каких-либо социальных условностей. Во-вторых, это разновидности коммуникации индивидов в качестве представителей конкретных социальных групп, институтов, страт, религиозных конфессий, наций и т. д. Таким образом активизируется и личностная идентичность, и социальная, поочередно выдвигаясь на первый план в зависимости от актуальных требований момента.

Британский психолог Генри Тэджфел убежден, что когда индивид начинает себя положительно оценивать, опираясь при этом на осознание принадлежности к конкретной социальной общности, его «Я-концепция» автоматически начинает определяться именно социальной идентичностью. И только когда самооценка повышается в ходе межличностной коммуникации, можно с уверенностью говорить о том, что «Я-концепция» данного индивида

---

<sup>57</sup> Tajfel H. Social Identity and Intergroup Relations. Cambridge University Press: Cambridge, 1982, 546 p.

выстроена на фундаменте персональной идентичности. Однако, поскольку традиционно практически каждый индивид относит себя к ряду, иногда достаточно длинному, разнообразных социальных общностей, наибольшую нагрузку на различных стадиях жизненного пути и даже элементарно в разное время суток несет то одна общность, то вторая, то третья и так далее. Индивид может искать истоки своей «Я-концепции» в принадлежности к семье, к учебной группе, к трудовому или исследовательскому коллективу, к религиозной структуре, и, наконец, к нации<sup>58</sup>.

Тэджфел подчеркивал, что здесь имеет значение, в какой именно социальной общности человек обладает большими шансами не только сформировать, но и в дальнейшем интенсивно развивать позитивную самооценку, благоприятное и доброжелательное восприятие себя как личности. Та социальная общность, где человек получит аргументированное и наиболее полное признание собственных заслуг и принятие собственного поведения, станет для него референтной группой. В сознании человека возникает, таким образом, некая иерархическая структура, состоящая из социальных идентичностей, способная претерпевать с течением времени достаточно радикальную трансформацию<sup>59</sup>.

Исследователи, придерживавшиеся принципов конструктивистского подхода (Фредерик Барт, Питер Бергер, Томас Лукман, Кеннет Герген, Татьяна Гавриловна Стефаненко и прочие), расценивали социальную идентичность в качестве производной социальных отношений. Индивид формирует конструкт идентичности, основываясь на тех поведенческих паттернах, нравственных установках, этических ориентирах, которые приняты и активно поощряются в социуме. Так, в годы, когда в СССР утверждалось атеистическое мировоззрение, большая часть советских граждан считала себя атеистами. В настоящее время произошло возрождение религии, и подавляющее большинство россиян идентифицирует себя как верующих.

---

<sup>58</sup> Tajfel H. Social Identity and Intergroup Relations. Cambridge University Press: Cambridge, 1982, 546 p.

<sup>59</sup> Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность. М.: МОРУ, 2001. 272 с.

Теорию идентичности разрабатывали и отечественные исследователи, оперируя при этом терминами «самосознание», «самоопределение». Российский психолог В.В. Столин считал, что у такого феномена, как самосознание, одновременно существуют горизонтальное и вертикальное измерения. Вертикальный уровень, в свою очередь, подразделяется на организмический, индивидуальный и наивысший из них – личностный. Согласно В.В. Столину, идентичность будет формироваться и развиваться исключительно при условии постоянной коммуникации индивида и социума<sup>60</sup>.

В работе доктора психологических наук Л.Б. Шнейдер «Профессиональная идентичность» говорится, что в психологии идентичность чаще всего определяется в качестве признания принадлежности объекта (субъекта) иному объекту (субъекту) как части и целого, особенного и всеобщего. При этом в качестве значимого компонента идентичности исследователь выделяет самоорганизацию, выступающую регулятором внутреннего состояния личности. Самоорганизация здесь рассматривается как коммуникация индивида с его внутренним хронотопом<sup>61</sup>.

Доктор психологических наук С.А. Арутюнян описывает идентичность как склонную к сохранению стабильного состояния основную характеристику индивида, воплощающуюся на трех уровнях человеческой жизненной активности – организмическом, личностном и социальном. Идентичность, будучи динамическим феноменом, при этом организует и выстраивает потребности, мотивы, способности, установки, обеспечивает тождественность индивида самому себе в пересечении координат пространства и времени. Пройдя долгий и сложный путь социализации и индивидуализации, идентичность становится комплексной конструкцией, все части которой взаимообусловлены<sup>62</sup>.

Отечественный психолог В.С. Агеев утверждает, что идентичность как конструкт складывается как из личностных, так и из социальных

---

<sup>60</sup> Столин В.В. Самосознание личности. М.: Издательство Московского университета, 1983. С. 48.

<sup>61</sup> Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность. М.: МОСУ, 2001. 272 с.

<sup>62</sup> Арутюнян С.Ф. Идентичность: от теории к практике: теория, практика, консультирование. Ереван: Тигран Мец, 2010. 236 с.

составляющих. Личностная составляющая идентичности – это осознание уникальности собственного психологического портрета в совокупности всех личностных черт. Социальная составляющая идентичности представляет собой сплав представлений индивида относительно собственной принадлежности к различным социальным общностям. Социальные составляющие идентичности формируют «Я-концепцию» индивида и способствуют тому, что он начинает осознавать себя в том числе и как представителя некоей конкретной нации<sup>63</sup>.

По сути, попытка определить собственную идентичность – это базовый мировоззренческий вопрос, рано или поздно встающий в той или иной форме перед каждым человеком и перед каждой социальной группой. Потребность в самоопределении, в достаточно подробной и обоснованной самоидентификации может быть охарактеризована как базовая потребность и отдельной личности, и социальной общности. И отдельно взятый индивид, и социальная группа формируют собственную «Я-концепцию» – систему представлений о самом себе, поддающуюся рефлексии часть самоощущения. И отдельно взятый человек, и социальная общность, опираясь на выработанную «Я-концепцию», получают в собственное распоряжение возможность для самоидентификации, позволяющую, в свою очередь, находить ориентиры в пространственно-временных координатах, относительно легко определять собственную роль в непрерывно трансформирующейся окружающей реальности.

Теория идентичности активно развивалась в поле неогуманизма, призванного преодолеть противоречие между человеческим разумом и бурным развитием технологического прогресса, впервые четко обозначившееся в середине XIX столетия и с тех пор лишь усугубившееся. Неогуманизм провозглашает главной ценностью социума человека как такового, утверждает приоритет общечеловеческих интересов и ценностей.

Существуют несколько способов рассмотрения феномена идентичности. Наиболее распространен социально-психологический подход, который

---

<sup>63</sup> Агеев В.С. Социальная идентичность личности // Социальная психология: хрестоматия / Под ред. Е.П. Белинской, О.А. Тихомандрицкой. М., 2003. С. 352.

рассматривает идентичность в качестве субъективного представления индивида относительно собственного «Я».

Социально-критический подход к проблеме идентичности рассматривает возможность ее формирования и развития в политической, экономической, исторической, религиозной парадигме и подчеркивает, что идентичность, по сути, сформирована еще до появления человека на свет. Идентичность с точки зрения социально-критического подхода является собой достаточно жесткие заданные социумом и исторической неизбежностью рамки.

При этом необходимо отметить, что сторонники вышеописанных подходов к проблеме идентичности солидарны в том, что неделимой основой данного феномена выступает «образ самого себя», обусловленный культурными и социальными условиями.

Итак, наиболее распространенное и наиболее трудно оспариваемое определение такого понятия, как идентичность, будет звучать следующим образом: идентичность – это сравнительно четко структурированное сочетание стабильных представлений индивида либо социальной общности людей относительно самих себя и собственной принадлежности к разнообразным социальным стратам.

Кандидат психологических наук Н.В. Антонова подчеркивает, что идентичность динамична по своей сути, ее развитие происходит в течение жизненного пути индивида, и следует учитывать, что данное развитие отличается отсутствием линейности и равномерности, предполагает неоднократные кризисные периоды, может не только прогрессировать, но и деградировать<sup>64</sup>.

Российский политолог, педагог, кандидат исторических наук Н.А. Косолапов считает, что идентичность можно определить, как отождествление себя с конкретной социальной и культурной парадигмой, с ее ценностными установками. Кроме того, идентичность предполагает наличие сильной, практически непреодолимой потребности в признании правильности своего

---

<sup>64</sup> Антонова Н.В. Проблема личностной идентификации в интерпретации современного психоанализа, интеракционизма и когнитивной психологии // Вопросы психологии. 1996. № 1. С. 131.

поведения, а также чувство прямого родства с генетическими, историческими, духовными истоками данной социально-культурной парадигмы, принятие того факта, что будущее личности (группы) зависит от перспектив, просматривающихся исключительно в пределах данной системы<sup>65</sup>.

В идентичности ярко проявляется внутренняя интенсивно выраженная потребность человека создавать такие образы, с которыми он мог бы соотносить самого себя как индивида и получать положительные эмоции в результате осуществления подобного отождествления.

Немецкий социолог, философ, социальный психолог, психоаналитик Эрих Фромм также относил идентичность к наиболее глубинным, базовым потребностям человеческой личности, подчеркивая, что людям необходима достаточно стройная система координат и ориентиров, чтобы обеспечивать стабильное функционирование психических процессов. Индивиду важно соотносить себя как личность с определенным социально одобряемым, чтобы избежать одиночества<sup>66</sup>.

При этом важно учитывать, что идентичность не может принять некую конечную форму, наполненную неизменным содержанием, данный феномен по сути своей постоянно пребывает в состоянии трансформации, поскольку на протяжении всего жизненного пути личность так или иначе, осознанно либо непроизвольно, занята формированием своей идентичности. Все вновь усваиваемые ценностные установки, социальные роли, культурные аспекты, которые постоянно осваиваются индивидом в ходе его коммуникации с различными представителями социума, как с отдельными личностями, так и с малыми группами и социальными стратами, оказывают значительное воздействие на формирование идентичности.

---

<sup>65</sup> Алиханова В.Л. Психоаналитическая концепция феномена идентичности // Время науки. 2018. № 1. С. 7

<sup>66</sup> Кочетков В. В. Национальная и этническая идентичность в современном мире // Вестник Московского университета. 2012. № 2. С. 144.

## 1.5. Конструкт национальной идентичности

Вопрос о том, что же такое «национальная идентичность», был поставлен впервые во время подписания в 1648 году Вестфальского мирного договора, ознаменовавшего окончание Тридцатилетней войны на территории Европы. Благодаря этому договору возник такой феномен, как европейские национальные государства. До этого момента власть на территории средневековой Европы была сосредоточена в руках Папы Римского и базировалась на религиозных установках, однако работал такой принцип плохо: постоянно происходили ожесточенные сражения феодалов за власть, междоусобные войны, тормозящие процесс развития цивилизации. Для того, чтобы предотвратить возможность разжигания новых разрушительных военных конфликтов, монархи Европы приняли решение выработать принципиально новую систему международного равновесия, базирующуюся на суверенитете.

Концепция суверенитета существовала уже в средние века, феодалы обращались к ней, чтобы обосновать свои права и привилегии. Французский политик, философ и экономист Жан Боден, будучи одним из наиболее значительных идеологов абсолютизма XIV столетия, в своей политико-философской работе «Шесть книг о государстве» (1576) впервые выработал стройную светскую концепцию государственного суверенитета, говоря о светском национальном государстве с централизованной властью, призванном сменить феодальную раздробленность и устранить вызванный ею хаос. Боден основывал свою концепцию на том, что государственная власть должна быть неделимой, постоянной и иметь приоритет перед законом, граждане государства обязаны беспрекословно подчиняться данной власти<sup>67</sup>.

Таким образом, понятие «суверенитет» изначально трактовалось как абсолютная всеобъемлющая власть монарха над вверенной ему территорией и его право говорить от имени своего государства на международной арене. Тем не менее в XVIII веке, после Великой французской революции и утраты трона Людовиком XVI суверенитет монарха заменило такое понятие, как суверенитет

---

<sup>67</sup> Боден Ж. Шесть книг о государстве // Антология мировой политической мысли: В 5 т. Т.2. М., 1999. С. 691.



нации, начался принципиально новый этап в развитии государственности. Начала развиваться такая форма государственности, как национальное государство – сначала на территории Европы, в дальнейшем – во всем мире, по мере постепенного освобождения народов от гнета колониализма и формирования государств в так называемом «третьем мире». Правительство национального государства обладает всеобъемлющими правами в границах территории данного государства, никто не в состоянии диктовать ему свою волю и навязывать решения.

В настоящее время идея суверенитета нации является краеугольным камнем системы международных отношений, о чем свидетельствует важность такого универсального форума, как ООН, международной организации, предназначенной как для стабилизации мира и безопасности на планете, так и для углубления сотрудничества государств.

Ёмкое определение понятия «нация» дается психологом Владимиром Александровичем Сухаревым: «социально-экономическая и культурно-политическая общность людей, сложившаяся в результате становления государства и выработки надэтнической культуры»<sup>68</sup>.

Для понимания сути национальной идентичности следует раскрыть базовые движущие силы развития нации. Это общее пространство существования, посредством которого вырабатывается единое мировоззрение, в свою очередь, ведущее к сплочению социума. Кроме того, это единая экономическая активность, базирующаяся на одинаковых ресурсах, вырабатывающая единый тип ведущей хозяйственной деятельности; общая культурная матрица, проявляющаяся в единстве языка, религиозных верований. Имеет также значение, хотя и не первостепенное, общее этническое происхождение населения территории. Гораздо более важным представляется наличие единого исторического опыта, так называемой «концепции общей судьбы», когда прошлое, настоящее и будущее для большинства жителей данной территории расцениваются в одном и том же ключе. Важной движущей

---

<sup>68</sup> Сухарев В.О, Сухарев М.В. Психология народов и наций. Донецк: Сталкер, 1997. С. 205.

силой развития нации предстает и единство национального самосознания, самоосмысления нации, из которой закономерно вытекает и ее самопрезентация на международной арене. Главный фактор формирования нации как таковой – создание и развитие ее национальной идентичности.

Национальная идентичность выступает в качестве культурной нормы, выражающей эмоционально окрашенное восприятие нации и, как следствие, выработанной данной нацией политической системы, ее представителями. В состав национальной идентичности органично входят символические значения, социальные конструкты, присущие данной нации как таковой.

Необходимо подчеркнуть отличие понятий «нация» и «этнос». Одна из основных характерных черт нации – национальная идея, которая содержит в себе образ будущего, совместно выработанный, осознанный и признанный социумом, в идеале – осмысленный и критически проанализированный. Этот образ будущего призван способствовать объединению индивидов, составляющих нацию, во имя общего дела и совершения подвигов – героических, незаурядных поступков, обладающих важностью для подавляющего большинства населения данной территории. Таким образом формируется необходимый для существования нации уровень национальной солидарности.

Следует учитывать, что одна из составляющих сущности нации – полиэтничность. Нация нередко формируется из нескольких этносов. Говорить о существовании нации можно только при условии мощных правовых и государственных институтов, поддерживающих ее существование в определенных рамках. Еще одна важная характерная черта нации – национальная культура, развитая настолько, чтобы играть важную роль в масштабах всего человечества.

Термины «этнос» и «нация» находятся в тесной связи друг с другом. Философ и социолог Владимир Викторович Кочетков считает, что понятия «этнос» и «нация» соотносятся в том же масштабе, что и понятия «индивид» и «личность» в сфере психологических наук. Такое понятие, как «этнос»

отражает природные истоки психологического склада народа – место формирования и развития народа как единой общности, процесс сложения этнической общности на основе совокупности разнообразных этнических компонентов, стадии развития постепенного перехода народной общности в фазу гомеостаза – относительного динамического постоянства<sup>69</sup>.

Понятие «нация» вбирает в себя формальные характеристики и официально отраженные в области международных правовых отношений статусы и границы расселения народов<sup>70</sup>.

Создатель теории поля немецкий психолог Курт Левин выдвинул идею, что любой субъект (индивид, государство, нация) находится одновременно в окружающем пространстве, которое можно обозначить литерой E (*environment*, «пространство») и в жизненном пространстве, обозначаемом латинской буквой L (*life*, жизнь). Такое понятие, как идентичность, обозначается, соответственно, буквой I (*identity*) и может быть осмыслено исключительно посредством рассмотрения окружения субъекта, то есть всей совокупности воздействующих на него движущих сил и течений – географических, исторических, религиозных, языковых и иных факторов. Таким образом, все переменные складываются в формулу  $I = E + L$ <sup>71</sup>.

Следовательно, идентичность нации – это совокупность движущих ею материальных сил, относящихся к сфере окружающего ее пространства (это рельеф территории, климатические условия, природные ресурсы) и сил, действующих за пределами материального, то есть цивилизационных, культурных, идеологических векторов развития национального самосознания.

По мнению таких исследователей, как доктор социологических наук И.Ю. Киселев, кандидат политических наук А.Г. Смирнова, ценность феномена национальной идентичности в наши дни значительно увеличивается. Это объясняется тем, что нации, существующие на планете, развиваются весьма и весьма неравномерно, что приводит к доминированию и агрессии более

---

<sup>69</sup> Кочетков В. В. Национальная и этническая идентичность в современном мире // Вестник Московского университета. 2012. № 2. С. 146.

<sup>70</sup> Там же, с. 147.

<sup>71</sup> Левин К. Теория поля в социальных науках. М.: Академический проект, 2019. 313 с.

развитых национальных государств, к усилению конкуренции за природные ресурсы в мировом масштабе. Как следствие, в средствах массовой информации начинает отчетливо проявляться тенденция к усилению националистических идей, граничащих с проявлениями нетерпимости<sup>72</sup>.

Существуют такие основные признаки национальной идентичности, как общность и отличительность. Общность указывает на уровень гомогенности, то есть однородности нации. Общность воплощает внутреннюю суть национальной идентичности, в то время как отличительность указывает на степень дифференциации нации от других наций, составляющих международное сообщество, и воплощает внешние сущностные характеристики национальной идентичности.

Когнитивная составляющая национальной идентичности содержит сведения о характерных отличительных чертах нации, к которой принадлежит индивид, и способность идентифицировать себя как принадлежащего к данной нации, как к сообществу. Аффективная составляющая соответствует эмоционально окрашенному восприятию как своей нации, так и других наций. Наконец, поведенческая составляющая отражает поведенческие паттерны, общепринятые для данной нации на конкретной территории в отдельно взятый временной период.

Национальная идентичность, как подчеркивает доктор социологических наук В.В. Кочетков, трансформируется не только в ходе исторического процесса – филогенеза, но и претерпевает изменения в процессе развития, свойственного конкретному, отдельно взятому индивиду – в онтогенезе<sup>73</sup>.

Можно проследить, как именно трансформировалась национальная идентичность в ходе филогенеза. Изначально у первобытных племен охотников и собирателей появляется так называемое коллективное самосознание, заключающееся в том, что члены одного племени ощущают собственное кровное родство и родство, возникающее в результате заключения брачных

---

<sup>72</sup> Смирнова А.Г., Киселев И.Ю. Идентичность в меняющемся мире. Ярославль: Ярославский государственный университет, 2002. 298 с.

<sup>73</sup> Кочетков В. В. Национальная и этническая идентичность в современном мире // Вестник Московского университета. 2012. № 2. С. 149.

союзов. Затем национальная идентичность приобретает форму осознания представителями одного народа общности их генезиса, возникает принцип так называемого «родства по вертикали», воплощающийся в легендах о том, что данный народ произошел от героев, богов либо полубогов. «Родство по вертикали» особенно ярко проявляется в культе предков – одной из наиболее древних и распространённых форм политеизма. Культ предков основывается на поклонении и благоговении перед умершими прародителями и прочими членами племени, на убежденности в том, что предки способны незримо принимать деятельное участие в жизни собственных потомков, влиять на их судьбу. Следующая форма национальной идентичности начала развиваться благодаря осознанию территориальной общности. Наконец, та форма национальной идентичности, которая присуща современному мироустройству, сформировалась уже в XVIII столетии, и в ее основу легли язык и основанная на языке культура, цементирующая социум, формирующая у людей, принадлежащих к одной нации, чувство единства.

Национальная идентичность – явление, обладающее таким качеством, как интерактивность, прирастающее новыми смысловыми аспектами и расширяющее диапазон своего влияния на жизнедеятельность нации по ходу своего развития и череды последовательных изменений.

Стадии развития национальной идентичности в ходе развития отдельно взятого индивида – онтогенезе – представил в своих трудах швейцарский психолог Жан Пиаже. По его мнению, ребенок начинает осмысливать собственную принадлежность к определенной нации посредством восприятия и осознания таких явлений, как «родина», «другие страны», «жители других стран». В старшем дошкольном возрасте (6-7 лет), ребенок осознает, еще достаточно приблизительно и расплывчато, собственную принадлежность к определенной нации. В младшем дошкольном возрасте (8-9 лет) дети уверенно отождествляются с собственной национальной принадлежностью, ориентируясь на национальную принадлежность родителей или других значимых взрослых, на место проживания и родной язык. В 10-11 лет (младший

подростковый возраст) происходит уже окончательное формирование национальной идентичности индивида, ребенок к этому времени обычно имеет четкое представление относительно ярких характерных черт национальной культуры и традиций и обычаев собственной нации<sup>74</sup>.

Понятие «национальная идентичность» тесно связано с таким понятием, как «национальный характер». Вклад в учение о национальном характере внесли многие ученые, прежде всего, В.И. Вернадский и Л.Н. Гумилев. В.И. Вернадский (1863-1945) – исследователь-естествоиспытатель, яркий мыслитель, основоположник многих научных школ в разных областях, создатель учения о биосфере и ноосфере. В.И. Вернадский впервые ввел в научный оборот такие термины, как «живое» и «косное» вещество, разграничив живую и неживую материю, имеющую общие корни, но отличающуюся по своему строению. Подобное разделение нацеливало на понимание огромной роли жизни в планетарных процессах. По формуле Вернадского о живом веществе, каждый из народов, составляющих человечество, формируется во времени и пространстве, вырабатывая свой собственный специфический характер.

Теоретические исследования Л.Н. Гумилева соответствуют в основных параметрах с восприятием человека и человечества В.И. Вернадским<sup>75</sup>. Гумилев связывает существование этноса с определенными циклами. Одним из центральных понятий у Л.Н. Гумилева выступает этногенез (происхождение народов) – природный процесс биосферы, компонент этнической истории, дополненный тремя постоянно действующими составляющими: социально-политической (порядок взаимоотношений в коллективе), технической (орудия труда), и географической (средства существования черпаются из природы). К трем компонентам этногенеза Гумилев добавляет четвертый – «пассионарный толчок», возникающий иногда на определенных участках земной поверхности и порождающий не один, а группу этносов. С «пассионарным толчком» он

---

<sup>74</sup> Пиаже Ж. Речь и мышление ребенка. М.: АСТ, 2020. 352 с.

<sup>75</sup> Гумилев Л.Н. География этноса в исторический период. Л.: Наука, 1990. 278 с.; Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера Земли. М.: Айрис-пресс, 2010. 526 с.; Гумилев Л.Н. Конец и вновь начало. М.: Айрис-пресс, 2011. 384 с.

связывает понятие «пассионарности» (от латинского слова *passion* – страсть), определяющее эмоциональный, психический, поведенческий настрой этноса.

Теоретические построения Л.Н. Гумилева об этносах и этногенезе важны для понимания природы национального характера. Исторической вертикали и географической горизонтали здесь соответствуют главнейшие компоненты концепции Гумилева – этническая история, включающая взаимоотношения с этническим окружением, и географическая среда с ландшафтом и климатом. Именно этими компонентами определяется влияние историко-природного фактора на национальный характер<sup>76</sup>.

В XXI веке понятие «национальная идентичность» не утрачивает своей актуальности, хотя на протяжении двух последних столетий нередко высказывались предположения, что это понятие отомрет, уступив место космополитическому мировоззрению, когда человек будет считать себя прежде всего «гражданином мира», представителем планеты Земля.

Внимание к проблеме идентичности в пространстве научной мысли, особенно к проблеме национальной идентичности, возросло параллельно с интенсификацией контактов представителей различных культур. Как мы видим, теория идентичности была детально разработана во второй половине XX столетия, этому способствовал повышенный интерес к проблемным точкам социальной жизни с точки зрения философии постмодерна, культурологии, лингвистики и семиотики, методы которых начали широко использоваться в области социально-гуманитарных дисциплин.

С точки зрения классической психологии и социологии становление национальной идентичности происходит поэтапно. Сначала ведущую роль играет семья, затем ровесники индивида, образовательное учреждение (обычно имеется в виду школа) и средства массовой информации. Если в предыдущие столетия национальная идентичность индивида зарождалась под влиянием ценностей, которые прививались в традиционной патриархальной семье, то уже в XX столетии, когда средства массовой информации начали играть в социуме

---

<sup>76</sup> Кустова Л.С. Теория и практика изучения национального характера. М.: Факультет журналистики МГУ, 2015. 126 с.

ведущую роль и создавать собственную, массовую же, целевую аудиторию, по меткому выражению англо-ирландского политолога и историка Бенедикта Андерсона, фундаментом, на котором выстраивается конструкт идентичности в целом и национальной идентичности в частности, является «печатный капитализм». Журналистика обрела всё более масштабный и неисчерпаемый технологический потенциал, благодаря печатным средствам массовой информации публицистические тексты без особых затруднений воспроизводились и широко тиражировались. Капиталистическая экономика позволила приобщаться к данным текстам широкому кругу читателей. Расширение рынка печатных изданий привело к созданию целевой аудитории журналистики как явления, согласно терминологии Б. Андерсона, к формированию «воображаемого сообщества» нации. В XIX столетии было положено начало печатным диспутам, в ходе которых журналисты и их аудитория обсуждали суть национальной идентичности, предназначение нации и прочие вопросы, связанные с отождествлением себя с той или иной нацией как единым организмом. Подобные дискуссии способствовали формированию общественного мнения и развитию медиа-дискурса.

Исследователь медиа А.С. Смолярова отмечает, что в настоящее время велика востребованность именно тех средств массовой информации, которые способны аргументированно выстроить маршрут для обретения народонаселением коллективной национальной идентичности. Ключевые точки подобного маршрута задаются в процессе расширения коммуникационных полей, где происходит обсуждение насущных общественных и культурных проблем. Журналистика вносит свой вклад в процесс формирования, развития и трансформации такого феномена, как национальная идентичность, поскольку демонстрирует читателям и зрителям образы, почерпнутые из реальности социума и наделенные характерными для данной нации культурными характерными чертами.

Если говорить о степени воздействия журналистики в качестве деятельности по сбору, обработке и распространению информации посредством



использования разнообразных средств массовой информации на процессы, протекающие в обществе, можно заключить, что такие понятия, как «журналистика» и «национальная идентичность» неразрывно связаны и находятся в зависимости друг от друга. Это неудивительно, если учитывать, что журналистика, по сути, занимается именно тем, что непрерывно актуализирует мнение различных социальных страт методами подбора фактов, оценочных суждений и комментариев, зачастую носящих достаточно тенденциозный характер. Национальная идентичность может быть охарактеризована как медиаидентичность, поскольку в настоящее время подавляющее большинство дискурсов, формирующих и поддерживающих национальное самосознание, активизируется исключительно при помощи средств массовой информации.

Национальная идентичность предполагает сохранение и развитие уникальных ярких характеристик национальной культуры. Для этого необходимо широкое коммуникационное и одновременно информационное пространство, в границах которого представители нации могли бы общаться, консолидироваться, и при этом чувствовать себя достаточно защищенными от попыток нивелирования их национальной принадлежности, выступающей в качестве уникального феномена, определяющего в итоге вектор развития многих аспектов «Я-концепции» личности.

Стоит отметить, что под терминами «национальная идентичность» и «национальное самосознание» мы понимаем несколько разные реалии<sup>77</sup>. Так, идентичностью мы будем называть способность индивидуума воспринимать себя органической частью определённого народа или нации, носителем национального языка. А под самосознанием мы понимаем вытекающее из этого стремление человека или целого народа принять на себя историческое, культурное и традиционное наследие, желание участвовать в общественной жизни своего региона и развивать его, бороться за национальную идею и ценности.

---

<sup>77</sup> Гусейнов О.М. «Национальное самосознание и этническая идентичность» // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnoe-samosoznanie-i-etnicheskaya-identichnost>

Наш современник в поисках национальной идентичности обращается не столько к традиционным государственным, религиозным и культурным институтам, сколько к массмедиа, конструирующим яркую и привлекательную, но, впрочем, не отличающуюся незыблемой стабильностью национальную ментальность. В тех государствах, где национальная идея была подавлена или отодвинута на второй план, как это случилось в Советском Союзе, существует настойчивая необходимость поиска и конструирования национальной идентичности, способной вдохнуть энергию и самоуважение в народные массы. Тем не менее национальная идентичность, формирующаяся в русле журналистики, как уже указывалось, отличается фрагментарностью и изменчивостью, что накладывает соответствующий отпечаток на протекание процесса национального самоопределения современного человека.

Итак, национальная идентичность – это способность индивидуума воспринимать себя органической частью определённого народа или нации, носителем национального языка. Национальное самосознание – это стремление человека или целого народа принять на себя историческое, культурное и традиционное наследие, желание участвовать в общественной жизни своего региона и развивать его, бороться за национальную идею и ценности. При этом национальная идентичность, как явствует из приведенных выше определений, не подразумевает в обязательном порядке наличия национального самосознания.

Национализм – это установки на превосходство своей нации (национальности, страны) и необходимость ее доминирования, соревновательность. Патриотизм – любовь к своей нации и гордость за свою национальную принадлежность<sup>78</sup>.

Понятие «национализм» ни в коем случае не тождественно понятию «патриотизм». Можно согласиться с высказыванием британского социального антрополога Эрнеста Геллнера, рассматривавшего национализм, прежде всего,

---

<sup>78</sup> Kosterman R., Feshbach S. Towarda Measure of Patriotic and Nationalistic Attitudes //Political Psychology, Vol. 10, No. 2 (Jun., 1989), pp. 257-274.

в качестве политического принципа, согласно которому политическое и национальное целое обязаны совпадать<sup>79</sup>.

Понятие «сепаратизм» трактуется большей частью исследователей в области политологии как крайняя и радикальная разновидность самоопределения, формирующая и транслирующая идеи, поддерживаемые конкретной политической партией или группой, относительно отделения народа, территории, региона либо сообщества, основанные на специфических изоляционистских формах национальной или региональной идентичности. Сепаратизм опирается на дезинтеграционные процессы, угрожающие региональной и национальной стабильности государства. При этом понятие «автономия» не тождественно понятию «сепаратизм», автономия – это самостоятельность, способность либо право субъекта действовать, руководствуясь выработанными им самим правилами и ориентирами<sup>80</sup>.

Напомним, что право народов на самоопределение – один из фундаментальных принципов международного права, заключающийся в том, что каждый народ обладает правом самостоятельно и независимо решать проблемы, касающиеся формы своего государственного существования; независимо определять собственный политический статус и реализовывать собственное развитие в области экономики и культуры<sup>81</sup>. Право на самоопределение и даже непосредственное стремление к автономии обычно трактуются как прогрессивный, положительно окрашенный феномен, при этом термин «сепаратизм» чаще всего несет негативную окраску, предполагается, что сепаратизм – удел не широких прогрессивно настроенных слоев населения, а экстремистски настроенного меньшинства.

### **Выводы по первой главе**

Национальная идентичность является культурной нормой, отражающей эмоционально окрашенное восприятие нации и, соответственно,

---

<sup>79</sup> Gellner E. Nations and nationalism. Ithaca: Cornell University Press, 1983. 145 p.

<sup>80</sup> Нарочницкая Е.А. Понимание сепаратизма // Актуальные проблемы Европы. 2015. № 1. С. 14-26.

<sup>81</sup> Декларация о принципах международного права, касающихся дружественных отношений и сотрудничества между государствами в соответствии с Уставом Организации Объединённых Наций. Принята резолюцией 2625 (XXV) Генеральной Ассамблеи ООН от 24 октября 1970 года.

URL:[https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/intlaw\\_principles.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/intlaw_principles.shtml) (дата обращения 04.08. 2021).

сформированной этой нацией политической системы, ее представителей. В состав национальной идентичности естественным образом вливаются символические значения, социальные конструкты, характерные для этой нации.

Соответственно, деятельность каталонских средств массовой информации можно трактовать как один из факторов, оказавших влияние на процесс формирования каталонской национальной идентичности. Журналистика, создаваемая представителями местного интеллектуального сообщества, внесла значительный вклад в дело развития идеологии каталонского национализма. Характерно то, что даже те средства массовой информации, которые отстаивают принципы каталонского национализма, говорят о Каталонии как о независимой политической единице.

Национальная идентичность не дана индивиду при рождении, она развивается на протяжении всей жизни человека благодаря воздействию самых разных граней окружающей действительности, в том числе и единого информационного пространства, в формировании которого играют важную роль журналистика, средства массовой информации, медиасистемы. Современная информационная среда позволяет людям осознать их этническую, идеологическую, религиозную принадлежность, побуждает человека задаться вопросом о собственной национальной идентичности. Журналистика демонстрирует аудитории образы, наделенные присущими данной нации культурными специфическими характеристиками. Национальная идентичность может быть охарактеризована как медиаидентичность.

Значение медиа в комплексном процессе формирования национальной идентичности рассматривается на примере малой нации в мультикультурном обществе, а именно на примере Каталонии, автономного сообщества Испании. В Каталонии журналистика стала мощным фактором как развития каталанского языка, так и борьбы за независимость. Важная черта каталонской журналистики, всегда поддерживающая конструкт национальной идентичности – это двуязычие средств массовой информации. Таким образом, пресса явилась решающей предпосылкой бурного роста и развития националистического

движения в Каталонии на протяжении всего XIX века. Периодические издания были эффективным инструментом пропаганды и борьбы за власть.

Следует признать, что процессу поиска и обретения каталонской национальной идентичности сопутствует поэтапное изменение институтов и взаимосвязей, сложившихся в социуме, катализатором которого является именно региональная журналистика.

## ГЛАВА 2. МЕДИАСИСТЕМА КАТАЛОНИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.

### 2.1. Журналистика как фактор борьбы за самоопределение региона в XXI веке

Историк А.Н. Кожановский подчеркивает, что концепт национальной идентичности в Каталонии глубоко укоренен в истории<sup>82</sup>. Политолог И.М. Бусыгина считает, что Каталония на протяжении нескольких веков боролась за собственную самобытность и право следовать своим особым путем<sup>83</sup>.

Начало XXI века ознаменовалось усилением борьбы за государственное самоопределение Каталонии – не только на бытовом, но и на правительственном уровне. К этому времени в каталонском обществе сформировались два взгляда на будущее региона: широкая автономия в составе Испании и полная независимость от Мадрида с созданием каталонского государства. Индепенденты, в свою очередь, делятся на тех, кто видит независимую Каталонию в границах современной автономии, и тех, кто считает, что она должна включать в себя все так называемые каталонские земли (это испанская автономная область Валенсия, Балеарские острова, провинция Перпиньян во Франции, город Альгер на острове Сардиния в Италии). Однако, согласно социологическим опросам, в 2005 году лишь 20,7% опрошенных высказались за возможность получения политической независимости региона<sup>84</sup>.

Каталанский язык постепенно получил международное признание. В декабре 1990 г. Европейский парламент признал его одним из равноправных языков Европы, а в июне 2005 г. Совет Европейского союза принял резолюцию об официальном использовании каталанского языка институтами Евросоюза. Повышение статуса родного языка каталонцев способствовало и продолжает способствовать дальнейшему укреплению национального самосознания,

---

<sup>82</sup> Кожановский А.Н. Быть испанцем... Традиции. Самосознание. Историческая память. М.: АСТ, 2006. 318 с.

<sup>83</sup> Бусыгина И.М. Практика территориально-политического строительства в Испании и России: попытка сравнительного анализа // Казанский федералист. 2003. № 3. С. 32.

<sup>84</sup> Llorens Via J. El primer catalanisme independentista // Etd'H. 2005. Abril 12-16-20.

которое, пожалуй, нигде больше в Испании не развито столь остро и нередко доходит до крайних проявлений.

Действительно, сложно спорить с тем, что огромное значение в процессе формирования национальной идентичности каталонцев имел ренессанс в области литературы и журналистики, истоки которого необходимо искать в историческом прошлом Каталонии, когда противостояние насаждению кастильского менталитета было важнейшим аспектом существования региона.

В настоящее время на территории Каталонии уверенное владение каталанским языком является необходимым условием для воплощения в жизнь общественных и политических амбиций<sup>85</sup>. Научный сотрудник Европейской Академии Бользано (Бозе, Италия) Джованни Поггесчи отмечает, что каталанский язык использует 90% жителей Каталонии, и можно с уверенностью сказать, что понимает данный язык практически всё без исключения население региона<sup>86</sup>.

82% каталонцев считают, что билингвизм, то есть практика равноправного использования двух языков, кастильского и каталанского, – лучшее решение в административной сфере и бизнес-сообществе<sup>87</sup>.

Каталонский исследователь С. Хинер подчеркнул, что, по сути, оба этих языка, и каталанский, и кастильский, широко употребляются в социуме Каталонии, при этом они мирно сосуществуют в пространстве и времени и противоречия между ними (вернее, между гражданами, которые их используют) сведены к минимуму. В системе начального и среднего образования преобладает каталанский язык, в средствах массовой информации, по мнению С. Хинера, всё же лидирует кастильский<sup>88</sup>.

Несмотря на вышеупомянутый билингвизм, свойственный Каталонии, следует признать, что каталанский язык как явление крайне политизирован, и,

---

<sup>85</sup> Muñoz L.A. El tratamiento en la prensa del movimiento independentista en Cataluña // Sphera Publica. 2014. Vol. 2. № 14. P. 104-126.

<sup>86</sup> Poggeschi G. La nuova legge linguistica catalana nel quadro dell'evoluzione dello Stato regionale spagnolo // Le Regioni. 1998. № 5. P. 1107-1141.

<sup>87</sup> Ramallo F. Minority languages in media communication // Manual of Romance Language in the Media. Boston: De Gruyter, 2017. P. 453-470.

<sup>88</sup> Requejo F. Federalismo plurinacional y pluralismo de valores. El caso español. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2007. 224 p.

хотя это не всегда афишируется, закономерно служит интересам каталонизма и формирования национальной идентичности<sup>89</sup>. Журналистика, прибегающая к использованию каталанского языка, практически неизменно преследует цели, характер которых можно смело определить, как националистический.

Наконец, нельзя оставить без внимания попытки юридически обозначить независимость региона. 18 июня 2006 года на общекаталонском референдуме был принят Устав автономной области Каталония и впоследствии, в августе того же года, был утвержден каталонским парламентом. Устав, в частности, давал определение каталонцев как нации, формулировал новые, расширившиеся полномочия региона, в том числе объявлял о расширении финансовой самостоятельности. Документ утвердили кортесы (парламент Испании), однако Народная партия, находившаяся в оппозиции, потребовала экспертизы Конституционного суда. Рассмотрение Устава в суде затянулось по разным причинам на три года, что вызвало недовольство в Каталонии и привело в итоге к решению провести в муниципалитетах серию неофициальных консультативных референдумов о независимости. В период с 13 сентября 2009 года по 25 апреля 2010 года прошло пять таких референдумов. По их итогам, более 90% голосовавших высказались за независимость региона от Испании<sup>90</sup>. Тем не менее данный результат не является репрезентативным: в референдумах приняли участие в целом менее 50% жителей региона, имеющих право голоса, а кроме того, было разрешено голосовать лицам без гражданства, постоянно проживавшим на территории Каталонии.

В итоге в июне 2010 года Конституционный суд Испании в общем и целом утвердил текст нового автономного статуса Каталонии, вступивший в силу в августе 2006 года. Отметим, что в статусе выдвигается сбалансированное решение – признать Каталонию отдельной нацией и в то же время учитывать постулат, содержащийся в Конституции Испании, гласящий, что национальная реальность Каталонии трактуется как национальность.

---

<sup>89</sup> Riggins S.H. *Ethnic Minority Media: An International Perspective*. Newbury Park, Sage Publ., 2008. 288 p.

<sup>90</sup> Robles A. *Historia de la resistencia al nacionalismo en Catalunya*. Barcelona: BIBLIOTECA CRÓNICA GLOBAL, 2014. 698 p.



25 ноября 2012 года прошли выборы в Женеалитат. На них внушительную победу одержали сторонники государственного самоопределения региона. 23 января 2013 г. новоизбранный Женеалитат принял Декларацию о суверенитете (85 голосов было подано «за», 41 – «против» и два воздержались). После такой убедительной победы руководство Каталонии проанонсировало проведение в 2014 году всекаталонского референдума о государственной независимости. Это является прямым нарушением Конституции Испании 1978 года, не предусматривающей ни возможность выхода какого-либо региона из состава страны, ни проведение референдума в одном или нескольких регионах. Конституционный суд Испании своим решением от 27 сентября 2014 года запретил проведение референдума о независимости.

В этот период важным фактором борьбы за самоопределение региона стала пресса. Наиболее испаноцентричную позицию в этом вопросе заняла *La Vanguardia*, что во многом можно объяснить ее общенациональным статусом и авторитетом старейшей газеты Испании. В 2013 году каталонские газеты большое внимание уделяли проходившим в течение всего года обсуждениям политических партий по созданию консультативного органа – Национального переходного совета Каталонии, куда вошли все партии, отстаивающие право региона на самоопределение. Это, казалось бы, незаметное, на первый взгляд, событие, вызвало напряженную дискуссию, в частности, среди каталонских феминисток и таким образом обозначило гендерный аспект борьбы за независимость Каталонии. Совет еще не был сформирован, а феминистки, члены Феминистской сети Каталонии<sup>91</sup>, уже начали беспокоиться о его будущем составе: по их данным, туда должны были войти лишь три женщины, что, по их мнению, не только создаст гендерный дисбаланс, но и отрицательно скажется

---

<sup>91</sup> Об этой и других политических акциях каталонских феминисток см.: <http://feministesdecatalunya.blogspot.ru/p/manifestos.html> (дата обращения: 27.08. 2020) и <http://www.feministas.org/+-xarxa-feminista-de-catalunya-+.html> (дата обращения: 27.08. 2020)

на европейском и международном имидже новой структуры, а в перспективе – и нового государственного образования<sup>92</sup>.

Все средства массовой информации Каталонии широко освещали акцию 11 сентября 2013 года под названием «Каталония – новое государство Европы», когда около 1,6 миллионов каталонцев, взявшись за руки, образовали живую цепь длиной 400 километров – через всю территорию автономии, выражая таким образом требование о независимости региона от Испании. Был создан сайт<sup>93</sup>, посвященный этой манифестации. *El Punt Avui* устами журналиста Оскара Палау сравнила этот марш с аналогичными мероприятиями времен Махатмы Ганди и Мартина Лютера Кинга. Интересна и поднимавшаяся на страницах *El Punt Avui* в октябре 2013 года тема преимущества каталонского феминизма перед собственно испанским<sup>94</sup>.

11 сентября 2014 года, в День Каталонии, прошел марш в память о трехсотлетию уничтожения Мадридом каталонской автономии. Одним из инициаторов мероприятия стала председатель парламента Каталонии Нурия де Жиспер<sup>95</sup>. «Манифестация должна продемонстрировать всему миру, что наши граждане сами хотят решать свою судьбу», – заявила Жиспер, имея в виду референдум о независимости, который каталонцы собирались провести. В тот же день в Таррагоне прошла контрманифестация против отделения от Испании, вызвавшая публичную критику председателя парламента Каталонии и как следствие – ожесточенную дискуссию в медиа. Ряд СМИ (прежде всего *La Vanguardia*) обвинили Жиспер в препятствии общественному диалогу по столь серьезному и болезненному вопросу. Действительно, несмотря на постоянные заверения Нурии де Жиспер о мирном характере борьбы, ее

---

<sup>92</sup> Vilaweb. URL: <http://www.vilaweb.cat/11desetembre> (дата обращения: 27.08. 2020)

<sup>93</sup> El Punt Avui.cat. URL: <http://www.elpuntavui.cat/article/3-politica/17-politica/573755-sense-precedents.html> (дата обращения: 25.08. 2020)

<sup>94</sup> Нурия де Жиспер, согласно социологическим опросам, – первая в истории региона женщина-руководитель столь высокого уровня, один из самых влиятельных политиков и вместе с тем самая популярная женщина в Каталонии на протяжении последних десяти лет. Ее политические взгляды активно обсуждаются каталонскими медиа, оказывают серьезное влияние на мировоззрение десятков тысяч каталонцев и формируют повестку общественного диалога по актуальным проблемам Каталонии, среди которых первое место занимает вопрос о независимости региона от Испании.

<sup>95</sup> Els àudios del programa El suplement. URL: <http://www.ccma.cat/catradio//alacarta/el-suplement/nuria-de-gispert-li-puc-assegurar-que-en-aquest-moment-encara-sesta-negociant/audio/843060/>

бескомпромиссная позиция по отношению к будущему Каталонии нарушает хрупкое политическое равновесие в регионе и не способствует развитию конструктивного и беспристрастного общественного дискурса в СМИ.

После запрещения Конституционным судом Испании референдума о независимости Жиспер выступила в прямом эфире каталонского телеканала *Televisió de Catalunya* (TV-3) («Телевидение Каталонии»), сообщив о решении провести в тот же день, 9 ноября 2014 г., вместо референдума опрос о политическом будущем Каталонии. Сам опрос не противоречит конституции страны, поскольку не имеет юридической силы, однако играет серьезную роль из-за влияния на общественное мнение и внимание медиа. Жиспер призвала население принять в опросе активное участие.

На голосование было вынесено два вопроса:

1. Хотите ли вы, чтобы Каталония стала государством?
2. Хотите ли вы, чтобы это государство было независимым?

Уже на следующий день после голосования, 10 ноября, телеканал RTVE сообщил об итогах опроса<sup>96</sup>: он прошёл в 920 муниципалитетах из 947, что составляет 92,29%. Руководители остальных 27 муниципалитетов (7,71%) поддержали центральное правительство Мадрида, отказавшись организовать проведение опроса. 80,8% проголосовавших высказались за независимость Каталонии. В тот же день на сайте газеты *El Periodico de Catalunya* появилась интерактивная карта участков для голосования<sup>97</sup>, анализ которой показывает: муниципалитеты, не участвовавшие в голосовании, расположены в основном по окраинам региона, где сильны позиции правящей Народной партии Испании.

Интересно, что испаноцентричные и каталоноцентричные медиа по-разному акцентировали внимание читателей и зрителей на итогах опроса. Так, *El Punt Avui* приводила статистику голосования, комментируя ее с националистических позиций. Например, в статье «Голосование не является

---

<sup>96</sup> RTVE. Es: URL. <http://www.rtve.es/noticias/20141004/ayuntamientos-catalanes-cierran-filas-convocatoria-del-9n-ahora-nunca/1022500.shtml> (дата обращения: 25.08.2020) El Periodico.com.es.: URL.: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/politica/mapa-ayuntamientos-catalanes-apoyo-consulta-soberanista-9-n-3541840> (дата обращения 27.08.2020)

<sup>97</sup> El Periodico.com.es.: URL.: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/politica/mapa-ayuntamientos-catalanes-apoyo-consulta-soberanista-9-n-3541840> (дата обращения 27.08.2020)

демократичным», опубликованной 4 января 2015 года<sup>98</sup>, журналист Андреу Мас-и-Делбланк охарактеризовал итоги опроса как акцию гражданского неповиновения Мадриду: «Это событие – настоящий успех. Более 2,3 миллионов человек отдали свои голоса в пользу независимости Каталонии. Каков же был ответ Испании? Обещание возбудить судебный иск против Артура Маса [инициатор и организатор опроса, на тот момент председатель каталонского правительства]».

Однако в то же время журналистка Исабель Гарсиа Паган писала в умеренной *La Vanguardia*, в номере от 11 ноября 2014 года: «Артур Мас, получив поддержку 2 305 290 человек, сегодня более популярен, чем вчера. Но что будет завтра? Вот в чем вопрос»<sup>99</sup>. Газета напомнила читателям, что правительство Каталонии снизило электоральный возраст с 18 до 16 лет, что позволило увеличить число избирателей с 5,49 до 7,5 миллионов человек. Но даже эти экстраординарные меры позволили привлечь на избирательные участки лишь 37% имеющих право голоса, что и составило 2 305 290 человек – 80% от числа проголосовавших. Иными словами, за независимость от Испании прямо высказались чуть более 30% избирателей.

Поскольку и голосование в форме макроопроса было признано незаконным, его инициатор Артур Мас, занимавший должность председателя каталонского правительства с 2010 по 2016 гг., предстал перед судом. 13 марта 2017 года суд в Барселоне вынес решение лишить его права занимать государственные должности любого уровня сроком на два года.

В настоящее время можно с уверенностью сказать, что каталонский национализм – это уникальное политическое явление не только в пределах Испании, но и в мировом масштабе. Региональные элиты выдвигают каталонский национализм в качестве аргумента в дискуссиях с правящими кругами Испании в области политики, экономики и самостоятельных действий Каталонии на политическом пространстве Европы.

---

<sup>98</sup> El Punt Avui.cat. URL:<http://www.elpuntavui.cat/opinio/article/8-articles/809678-votar-no-es-democratic.html> (дата обращения 20.08. 2020).

<sup>99</sup> La Vanguardia. URL:<http://www.lavanguardia.com/20141111/54419162507/el-exito-del-9-n-devuelve-a-mas-el-control-del- calendario-electoral-isabel-garcia-pagan.html> (дата обращения 24. 08. 2020)

Если рассматривать процесс поиска и обретения каталонской национальной идентичности с точки зрения конструктивистского подхода, что нередко и предпринимается в парадигме политической мысли Испании, можно увидеть, что данному процессу сопутствует поэтапное, но достаточно кардинальное изменение институтов и взаимосвязей, традиционно сложившихся в социуме, наряду с которым происходит образование современных идентичностей в сфере политики.

Соответственно, процесс формирования каталонской национальной идентичности можно трактовать в качестве результата деятельности каталонских средств массовой информации, которые внесли значительный вклад в дело развития идеологии каталонского национализма.

Можно прийти к выводу, что национальная идентичность в Каталонии базируется не только на исторической традиции, но и на внушительной базе публицистических текстов, написанных на каталанском языке и опубликованных в средствах массовой информации. При этом те средства массовой информации, которые отстаивают принципы каталонского национализма, говорят о Каталонии как о независимой политической единице.

Национальная идентичность не присуща человеку от рождения, она формируется на протяжении всей его жизни, в рамках исторического хода развития социума. Становлению и развитию национальной идентичности способствуют самые разнообразные аспекты окружающей действительности – это общность языка, традиций, культурных кодов, исторического прошлого, а также единое информационное пространство, в котором важную роль играет журналистика, представители которой транслируют свои идеи благодаря средствам массовой информации, выходя на широкую аудиторию. Благодаря совокупному воздействию всех данных граней окружающей индивида среды, у него формируется стойкое и стабильное ощущение принадлежности к конкретной нации, к национальной идее и ее символам.

## 2.2. Национальные средства массовой информации Испании после падения режима Франко

Медиасистема Испании включает в себя региональные подсистемы, в том числе каталонский медиасектор. Аналогичная картина наблюдается в Великобритании, где частями медиасистемы страны являются медиасистемы Шотландии, Уэльса. Каталония и Уэльс рассматриваются исследователями в качестве двух классических примеров эффективного использования языков национальных меньшинств в медиасекторе. Как Каталония, так и Уэльс относятся к категории так называемых «государств без гражданства», в последние десятилетия прошедших процесс передачи им полномочий<sup>100</sup>. По отношению к Каталонии даже используется термин «partisan mediasystem»<sup>101</sup>. Следует учитывать, что в Испании каждый политико-административный уровень (государственный, региональный и местный) обладает правом развивать свою собственную медиасистему.

Присоединение к Европейскому Союзу повлекло за собой то, что испанские законы, регламентирующие положение дел в медиасистеме страны, приблизились к нормам, характерным для всей современной Европы. Интеграция Испании в Евросоюз стала причиной ряда трансформаций в законах Испании, в том числе и в той отрасли законодательства, которая регламентирует деятельность средств массовой информации.

В настоящее время активность средств массовой информации испанского государства обусловлена постулатами о свободе слова, ограничителями для которых служат исключительно права человека. На территории Испании не существует ограничений относительно владения тем контентом, который уже опубликован.

Испания входит в Совет Европы и подписала Конвенцию по защите прав человека относительно автоматической обработки персональных данных.

---

<sup>100</sup> Fernández-Quijada D., Sellas T., Bonet M. Media Systems and Stateless Nations: Catalan and Welsh Radio in Comparative Perspective // *Trípodos*. 2013. № 33. P. 13-32. URL: [https://www.researchgate.net/publication/282572369\\_](https://www.researchgate.net/publication/282572369_) (дата обращения 09.08.2021).

<sup>101</sup> Micó-Sanz J., Carbonell J. The Catalan Political Process for Independence: An Example of the Partisan Media System // *American Behavioral Scientist*. 2017. № 61 (4). P. 428-440.

Поскольку сейчас наиболее популярными средствами массовой информации становятся те, которые размещены на соответствующих платформах в мировой сети интернет, Испания занимается выработкой законов, которые могли бы эффективно и плодотворно регламентировать положение дел в той, с каждым годом значительно увеличивающейся, части медиасистемы, которая находится в интернет-сфере.

Медиасистема Испании в общем и целом неизменно служила, как это и полагается СМИ, воспроизведению трансформаций испанского социума, как в политическом, так и в социокультурном аспектах. Естественно, в медиа испанского государства ярко отражается процесс становления национальной идентичности малых народов, проживающих на территории Испании, в том числе и жителей Каталонии.

Поскольку Испания – это государство «нации наций», состоящее из 17 автономных обществ, государство семнадцати «*nacionalidades*», логично, что в Испании популярна точка зрения: каждое из этих автономных сообществ должно иметь абсолютно равные властные полномочия. Кризис испанской национальной идентичности сохраняется в настоящее время, носит комплексный характер и не объясняется исключительно стремлением Каталонии к независимости от Мадрида. Общегражданская национальная идентичность испанцев находится в сложных отношениях с региональной идентичностью: наблюдается «мозаика» идентичностей, с трудом удерживаемых в рамках единой политической структуры<sup>102</sup>.

На территории Испании в 1980-х годах в области политической журналистики, то есть общественно-политических средств массовой информации, развивались два антагонистических кластера, которые служили выражением политической структуры государства, сконструированной посредством двух ведущих политических партий. Данные партии сформировались после падения диктатуры Франко, образовав традиционную для многих государств двухпартийную политическую систему.

---

<sup>102</sup> Тумин А.Д. Испанская национальная идентичность: истоки кризиса // Культура и цивилизация. 2017. Т. 7 № 4 А. С. 756-765.

Первый кластер отражал интересы социалистов и сформировался на базе изданий, принадлежавших медиаконцерну PRISA. *El País* («Страна») – одна из наиболее популярных и уважаемых читателями газет в Испании, которая выпускается с 1976 года, и на данный момент является собственностью издательского дома PRISA, – яркий представитель данного кластера. Это одно из наиболее часто цитируемых в международной прессе испанских изданий.

*El País* транслирует мнения просвещенных, хорошо образованных кругов социума Испании, ее аудитория в подавляющем большинстве состоит из обеспеченных, занимающих стабильное и достойное положение в обществе читателей, обладающих при этом активной, но достаточно взвешенной гражданской позицией. Грамотно выверенная редакционная политика данного издания привела к тому, что газета сыграла важную роль в той диспозиции политических сил, с которой мы имеем дело сегодня на территории испанского государства. *El País* оказывала значительное по силе воздействие на ход демократизации различных структур испанского государства. Издатель и редакция по мере своих сил вносили немалый вклад в реформы, развернувшиеся в Испании после того, как окончился период диктатуры Франко.

При этом следует учитывать, что хотя *El País* явно одобряла социалистические идеи в целом и их активного выразителя Фелипе Гонсалеса в частности, данное издание не являлось официальным рупором социалистической партии.

Противостоящий кластер был сформирован на базе выразителя консервативных идей – популярного в Испании издания ABC, а также сети радиовещания COPE. Это издание было основано в 1903 году семьей Лука де Тена, с 1905 года приобрело статус ежедневной газеты. Занимает почетное третье место в рейтинге читательских предпочтений, издается в Мадриде, собственность группы *Grupo Vocento*. На протяжении XX века национальная газета ABC имела значительное влияние на всей территории Испании, выражая монархические взгляды и неукоснительно придерживаясь постулатов



католической церкви. Перед Гражданской войной в Испании, а также непосредственно во время военных действий, то есть с 1936 по 1939 годы, национальная газета *ABC* играла немалую роль в агрессивном нападении на правительство Второй республики (1931-1936 годы). На страницах *ABC* непримиримо осуждались все без исключения радикальные идеологические течения, особенно каталонский и баскский национализм, а также социалистические идеи. После войны газета поддерживала франкистскую идеологию, будучи тесно связана с правительством диктатора, но при этом сохраняла и монархические симпатии.

Это издание и сейчас, в XXI столетии, остается практически непоколебимым оплотом консерватизма и крайне критично оценивает националистические идеи, связанные со стремлением Каталонии к автономному существованию.

Затем к этому кластеру (*ABC* вкуче с сетью радиовещания COPE) в 1989 году присоединилась газета *El Mundo* («Мир», полное название *El Mundo del Siglo XXI* «Мир XXI века»). Интересен процесс ее рождения – это издание было основано в результате раскола в редакции любимой аудиторией газеты *Diario 16* («Дневник 16») и журнала *Cambio 16* («Смена 16») Этот блок изданий последовательно выступал на стороне оппонировавших правительственным структурам социалистических партий, таких, как Народная партия и фракция Объединенных Левых сил (*Izquierda Unida*), причем последняя группировалась вокруг Коммунистической партии Испании.

*El Mundo* – газета, которая выходит ежедневно, ее тиражи несколько ниже, чем у *El País*. *El Mundo* признана наиболее часто и охотно цитируемым испаноязычным средством массовой информации на планете, сайт этой газеты в Испании держит пальму первенства по посещаемости. Газету выпускает медиахолдинг UnidadEditorial, являющийся собственностью итальянского дома RCS Media Group.

Именно сейчас в Испании активно возрождается культура 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. Тем не менее, нельзя забывать, что этот в целом позитивный социально-культурный процесс нередко превращается в удобное средство для легкого достижения власти популистски настроенными политическими деятелями.

В наши дни практически во всех регионах Испании существуют и пользуются огромной популярностью у аудитории СМИ на национальных языках. Население Каталонии тоже воспользовалось долгожданной возможностью свободно высказываться и публиковаться на каталанском языке. Те структуры информационного поля, которые являлись наследием диктатуры Франко, к 2021 году уже давно прекратили свое существование, и для поиска, конструирования, формирования и развития такого концепта, как национальная идентичность, на территории Испании уже давно не существует ни малейших преград. Масштабная государственная сеть средств массовой информации, медиасистема, исправно обслуживающая франкистский режим, исчезла без следа.

Благодаря интенсивному возрождению журналистики на национальных языках, на территории Испании возник такой феномен, как многоязычные издания. Зачастую газеты в национальных провинциях, например, выходят в свет как на испанском, так и на одном из национальных языков, что необходимо учитывать в процессе анализа медиасистем Испании и ее регионов.

Дискуссии о независимости Каталонии – особой исторической территории, как мы уже убедились в первой главе этого труда, – в XXI веке активно продолжаются в СМИ. Проблема сепаратизма в области политики практически всегда и везде традиционно бывает ярко эмоционально окрашена, представая перед аудиторией благодаря средствам массовой информации. Это объясняется тем, что, освещая подобную проблематику, журналисты оперируют базовыми ценностными установками, которые имеют огромное значение для подавляющего большинства населения, можно сказать, любой территории. Наиболее значимые общественно-политические издания Испании (*El País*, *El*

*Mundo, ABC*) постоянно поднимают эту животрепещущую тему – о стремлении Каталонии к независимости – на своих страницах. Это национальные издания, которые распространяются во всех регионах, областях и провинциях государства.

Трансформация медиасистемы Испании всецело подтверждает так называемый принцип политического параллелизма. Это означает, что средства массовой информации имеют возможность демонстрировать 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 государственной 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 жесточайшей цензуры периода правления Франко, предоставили медиапространство, в котором могли аргументированно выразить собственные

точки зрения разнообразные политики и общественные деятели, что помогло широким народным массам своевременно 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 отстаивать 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, скрупулезное 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 сотрудничества (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.

### **2.3. 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 стран. Средства массовой информации проводят в жизнь так называемую символическую политику, то есть 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<sup>103</sup>.

Для реализации подобного взаимодействия между членами одного национально-этнического сообщества, как утверждает Бенедикт Андерсон, используется печать, которая передает читательской аудитории (населению определенной территории) информацию<sup>104</sup>. 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 институтов<sup>105</sup>.

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 государстве<sup>106</sup>.

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,

---

<sup>103</sup> Поцелуев С.П. Символическая политика: констелляция понятий для подхода к проблеме // Полте. 1999. №. 5. С. 62.

<sup>104</sup> Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М.: Кучково поле, 2016. С. 45.

<sup>105</sup> Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., 1995. С. 63.

<sup>106</sup> Hall S. Signification, representation, ideology: Althusser and the post structuralist debates // Critical Studies in Media Communication. 1985. Vol. 2. No. 2. P. 103.

которое может расходиться с существующей «Я-концепцией», выработанной непубличным участником коммуникации<sup>107</sup>.

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<sup>108</sup>.

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<sup>109</sup>.

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<sup>110</sup>.

Профессор международных отношений Университета Джорджа Вашингтона Генри Хейл говорит о том, как государственные структуры

---

<sup>107</sup> Символическая политика // РАН. ИНИОН. 2012. Вып. 1. С. 10.

<sup>108</sup> Поцелуев С.П. Символическая политика: констелляция понятий для подхода к проблеме // Полте. 1999. №. 5. С. 63.

<sup>109</sup> Барандова Т.Л., Батурина Н.И. Эффекты символической политики в отношении каталонцев в Испании (на примере визуального образа) // Вестник Пермского университета. 2018. № 2. С. 62.

<sup>110</sup> Ачкасов В.А. Этнополитология. М.: Юрайт, 2019. С. 167.

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»<sup>111</sup>.

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<sup>112</sup>.

При этом испанский социолог-постмарксист, бывший министр высшего образования Испании (с января 2020 до декабря 2021 года) 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»<sup>113</sup>.

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.

---

<sup>111</sup> Hale H.E. The foundation of ethnic politics: Separatism of States and Nations in Eurasia and the World. Cambridge: Cambridge University Press. 2008. P. 140.

<sup>112</sup> Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004. С. 25.

<sup>113</sup> Кастельс М. Власть коммуникации. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. С. 225.

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<sup>114</sup>.

Децентрализация испанской медиасистемы происходила наряду с возрастанием осознанного демонстраирования региональными изданиями этнокультурных специфических характеристик того или иного отдельно взятого региона. Всё более часто журналисты обращались к культурным особенностям регионов, всё 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.

Напомним, что эволюция испанского законодательства в области журналистики обусловлена деятельностью сословно-представительных органов – Кортесов. 10 ноября 1810 года Кадисские Кортесы впервые на всем протяжении испанской истории приняли Декрет о свободе печати, положивший конец ограничительному законодательству в сфере периодической и непериодической печати. До этого пресса неизменно контролировалась властью и Инквизицией, в то же время не было выработано конкретных правил использования цензуры<sup>115</sup>.

22 марта 1814 г. в Испанию вступил освобожденный в декабре 1813 г. из французского плена Фердинанд VII. 4 мая 1814 г. он издал королевский декрет об отмене Конституции 1812 г., объявив ее результатом французской

---

<sup>114</sup> Прохоренко И.Л. Территориальные сообщества в политическом пространстве современной Испании. М.: ИМЭМОРАН, 2010. С. 89.

<sup>115</sup> Болдырева И.Б. Особенности испанской публицистики накануне и после принятия декрета о свободе печати 1810 г.//Вестник Российского университета дружбы народов. 2010. № 2. С. 63-77.



революции. Завершающим ударом по свободе прессы периода Кадисских Кортесов явился королевский указ от 25 апреля 1814 г., в котором король выразил откровенное недовольство «злоупотреблением свободой печати».

С середины 1870-х годов, после возвращения на трон Бурбонов и окончания последней из пяти революций, постигших страну в XIX веке, Сентябрьской (1868-1874 гг.), и вплоть до двадцатых годов XX века Испания жила в относительном политическом и социальном спокойствии (не считая трагических событий испано-американской войны 1898 года). Это относительное затишье обеспечило и облегчило стабилизацию прессы. С конца семидесятых – начала восьмидесятых годов открывались все новые и новые ежедневные газеты, завоевавшие впоследствии газетно-журнальный рынок. В 1883 году был утвержден и вступил в силу Закон о печати, который с небольшими изменениями действовал в Испании много лет, вплоть до установления диктатуры Франко.

Декрет от 22 марта 1938 года был принят во время гражданской войны с целью подавления республиканской печати и превращения прессы в «институт государственных служащих». После этого печально известного декрета важным шагом к демократизации испанской прессы стал Закон о прессе и печати Мануэля Фраги 1966 года<sup>116</sup>. Напомним, что Мануэль Фрага Ирибарне – испанский политический деятель, ученый-юрист. Новый закон во многом смягчал контроль над испанскими средствами массовой информации, при этом по сути своей был противоречивым. С одной стороны, в статье 1 закон гарантировал гражданам Испании свободу выражения мнений и право на распространение информации, а также заменял доселе обязательную предварительную цензуру так называемой «добровольной консультацией» (статьи 3, 4). В то же время власти вовсе не собирались отказываться от контроля над медиасистемой. Например, все без исключения редактора печатных СМИ были обязаны предоставлять властям определенное количество напечатанных экземпляров до поступления в продажу (статья 12). Закон давал

---

<sup>116</sup> Закон о прессе и печати 1966 года Мануэля Фраги Ирибарне // Европейский альманах: История. Традиция. Культура. Москва: Наука, 2004. С. 105-115.

право центральной и местной администрации конфисковать весь тираж в соответствии со статьей 64 (правда, для этого все-таки было необходимо постановление суда) Власть не вмешивалась в назначение редакторов, но редакторскую должность имел право занимать исключительно профессиональный журналист, внесенный в официальный реестр, согласно статье 35. Закон о прессе и печати 1966 года демонстрирует, что франкистский режим уже не пытался любой ценой поддерживать идеологическое «единомыслие» в испанской медиасистеме, но стремился все же не допустить публикации острых критических статей<sup>117</sup>.

После краха тоталитарного франкистского режима предсказуемо рухнула и выстроенная на тоталитарных основаниях медиасистема Испании, поневоле отличавшаяся в эпоху правления Франко «беззубостью» и безоговорочной полнейшей лояльностью руководству страны. Исчезла жесточайшая предварительная цензура, прекратилось преследование малейших намеков на возможное инакомыслие, средства массовой информации обрели свободу комментирования практически всех без исключения острых политических, социальных, культурных проблем.

Преображение средств массовой информации испанского государства после обретения ими свободы от тоталитарного строжайшего контроля во многом приобрело ярко выраженный националистический оттенок с уклоном в регионализм. Властители дум читательской аудитории Испании крайне часто начали искать опору в традициях собственной «малой родины» и вольно или невольно подыгрывали чаяниям населения регионов, стремящегося, освободившись от гнета Франко, обрести свободу для открытого выражения национальной идентичности.

Поэтому уже в начале нынешнего столетия медиасистема Испании в общем и целом была идеальным зеркалом сложившейся в стране общественно-политической обстановки и поощряла тягу регионов к децентрализации и автономии, к интенсивному развитию национальной идентичности. СМИ в

---

<sup>117</sup> Филатов Г.А. Система контроля над СМИ и пропагандой во франкистской Испании // Новая и новейшая история. 2017. № 2. С. 40-48.

большинстве своем совершенно явно одобряли не только культурное, но и политическое отмежевание Каталонии и Страны Басков от центральной власти Испании.

#### **2.4. Каталанский язык как символ национальной идентичности в региональной медиасистеме**

Следует сразу отметить, что в настоящее время журналисты таких регионов Испании, как Каталония (а также Страна Басков), в которых преобладают радикальные националистические настроения, специально используют в средствах массовой информации языки данных территорий (такой термин, как «диалект», по отношению к наречию, на котором изъясняется коренное население данного региона, ими сознательно не употребляется и даже целеустремленно искореняется).

В данное время СМИ Каталонии используют либо исключительно каталанский язык, либо испанский (в Каталонии его часто называют кастильским). Подобное разделение вошло в обиход после того, как в течение сорока лет, в период правления Франко, газеты имели право выходить только на испанском языке. Лишь в 1978 году журналисты смогли свободно использовать каталанский язык.

Каталанский язык принадлежит к группе западных неолатинских или романских языков, которые распространены в восточной части страны (непосредственно в регионе Каталония), а также на Балеарских островах, на территории Валенсии, и на территории Мурсии, поблизости от границы с Валенсией.

В настоящее время каталанский язык представляет собой официальный язык, на котором общаются в автономных сообществах Каталония (наряду с испанским и аранским), Валенсия и Балеарские острова (в данных двух сообществах каталанский язык используется наряду с испанским) и в Андорре. В автономной области Каталония каталанский язык выступает в настоящее время в качестве одного из трех официальных языков, следует также отметить,

что только каталанский язык обладает в регионе статусом так называемого «исторического языка», что признано законодательно. На каталанском языке говорят около 11 миллионов человек по всему миру, данный язык имеет глубокие литературные и социокультурные традиции, находится на высоком уровне развития с точки зрения лингвистической науки<sup>118</sup>.

Средства массовой информации Каталонии весьма эффективно пропагандируют каталанский язык, что, бесспорно, содействует укреплению националистических и сепаратистских движений в регионе. При этом следует признать, что каталанский язык помогает и консолидации населения региона, и укреплению внутрорегиональной солидарности, и улучшению социальной и культурной обстановки в регионе, а также интенсификации процесса конструирования национальной идентичности.

Изучение такого явления, как безостановочное устойчивое развитие активности населения Каталонии в области политики, причем не только на региональном, но и на общегосударственном, и даже на международном уровне, приводит к выводу, что данный феномен во многом возник благодаря именно языковому фактору. Средства массовой информации преподносят каталанский язык буквально как единственно достойный того, чтобы на нем изъясняться. Поддержка и интенсивная популяризация каталанского языка стала осознанной политикой современной медиасистемы Каталонии. Именно такая продуманная языковая политика, в том числе и в сфере СМИ позволяет этому региону укреплять свое положение в международной сфере, активно формировать и развивать международные связи региональных органов власти, успешно взаимодействовать с другими акторами на политической арене.

Медиасистема Каталонии использует каталанский язык как действенный метод конструирования национальной идентичности граждан, населяющих регион. Язык, популяризуемый при помощи средств массовой информации, превращается в значимый фактор и катализатор политической и общественной жизни каталонцев.

---

<sup>118</sup> Нарумов Б.П. Каталанский язык // Языки мира: Романские языки. М.: Academia, 2001. С. 493.

СМИ Каталонии в настоящее время работают на то, чтобы этот экономически весьма успешный регион испанского государства осознавал, озвучивал и продвигал собственные интересы в структуре Евросоюза. Следует учитывать, что данные интересы и намерения нередко в корне отличаются от интересов и намерений иных регионов Испании, более того – они могут абсолютно не совпадать с интересами Испании как государства.

Во время правления Франко было невозможно даже предположить, что средства массовой информации смогут обращаться к аудитории на каталанском языке, подобные попытки искоренялись в зародыше. Каталанский язык решительно не приветствовался не только в медиасфере, но и в быту населения региона. Однако, поскольку правящие круги Каталонии в последние несколько десятилетий последовательно и интенсивно проводили в жизнь соответствующую языковую политику, не в последнюю очередь, напрямую касающуюся медиасистемы региона, каталанский язык начал, можно сказать, вытеснять так называемый кастильский язык в каталонских СМИ.

Каталанский язык стабильно рассматривается в медиасфере Каталонии в качестве одного из наиболее ярких и мощных символов национальной идентичности, уникальности так называемой «каталонской нации».

Положение относительно «собственного языка» (*lengua propia*) региона включено в действующие уставы (они же статуты) тех автономных сообществ испанского государства, где, в соответствии с действующей Конституцией, местный язык, на котором общается население автономии, также в законодательном порядке расценивается как официальный язык региона, наряду с общегосударственным испанским языком. Практически во всех подобных ситуациях понятие «собственный язык» имеет отношение в данных статутах исключительно к языку рассматриваемого региона, то есть к каталанскому языку – в том случае, если речь идет о Каталонии, а также о Балеарских островах и Валенсии, впрочем, в Валенсии этот язык будет называться на официальном уровне «валенсийским».

Средства массовой информации Каталонии прилагают немало усилий в области защиты и популяризации каталанского языка, укрепляют статус каталанского языка в Евросоюзе, где данный язык занимает 7-е место по количеству говорящих на нем. Кроме того, следует упомянуть, что каталанский язык является одним из шести официальных языков «Латинского союза» (это организация, объединяющая 37 государств на планете)<sup>119</sup>.

Медиасистема Каталонии поддерживает каталанский язык, используя его в качестве политического конструкта, инструмента, позволяющего влиять на умы и сердца аудитории, некоего яркого символа обретенной национальной идентичности. В качестве социально-политического феномена медиасистема Каталонии в настоящее время неотделима от каталанского языка.

Кульминацией утверждения самобытности, самодостаточности и приоритета каталанского языка, в том числе и в медиасистеме региона, явилось, пожалуй, принятие региональной конституции, то есть Статута Каталонии в 2007 году, в котором пределы самостоятельности и независимости Каталонии были существенно расширены. Регулирование языковых прав «нации, входящей в состав многонационального государства Испания» предоставило региону широкий спектр путей для развития взаимовыгодных отношений с различными участниками Европейского Союза, а также для сплочения коалиции регионов, где большая часть населения говорит на каталанском языке<sup>120</sup>.

Усиление позиций каталанского языка, поддерживаемого СМИ, произошло также и вследствие того, что в 1982 году у власти в испанском государстве оказались социалисты. В отличие от сторонников жесткой централизации в государстве, которые им предшествовали на ключевых государственных постах, социалисты не проявляли нетерпимости по отношению к усиленному поиску регионами страны национальной идентичности и к стремлению вышеуказанных регионов, в первую очередь

---

<sup>119</sup> Халитов Б.Н. Языковые аспекты политического процесса в Каталонии // IV Всероссийский конгресс политологов. Демократия, безопасность, эффективное управление: новые вызовы политической науке. М.: Полис, 2006. С. 341.

<sup>120</sup> Пожарская С.П. Испания: долгий путь к государству автономий (1977–2007) // Испанский альманах. 2010. №. 2. С. 215.

Каталонии, ко всё большей и большей самостоятельности. Администрация Каталонии получила тогда долгожданную возможность проводить в жизнь собственные решения, в том числе и в медиасфере, в сфере образования и культуры, которая исторически тесно взаимосвязана с медиасистемой региона как таковой.

Несмотря на то, что на страницах Конституции провозглашается постулат о равенстве двух языков – каталанского и испанского (он же кастильский) на территории автономного сообщества, по сути, и власти региона, и каталонские СМИ подчеркивают тот факт, что каталанский – основной язык, используемый на данной территории. При этом не скрывается, что в дальнейшем планируется использовать в регионе каталанский язык в качестве единственного языка в наиболее важных областях жизнедеятельности населения, в том числе, естественно, в средствах массовой информации. Наряду с этим испанский язык постепенно, но настойчиво устраняется из медиасистемы Каталонии, однако, вытеснение этого общегосударственного языка из каталонских средств массовой информации – задача весьма непростая, и, даже в нынешней ситуации, скорее всего, растянется на многие десятилетия. Дело в том, что для весьма и весьма значительной части (от трети до половины) каталаноязычного населения региона испанский – это, в сущности, второй материнский язык, регулярно использующийся ими самими, а также членами их семей в быту.

В Каталонии, особенно если речь идет о крупных городах, таких, как Барселона, велико количество иностранцев, которые нередко приезжают в данный регион на несколько лет, часто – на постоянное место жительства. Подобные «гости региона» предпочитают использовать в быту именно испанский язык, как наиболее распространенный в государстве.

Несмотря на это, властные круги Каталонии продолжают реализовывать политику так называемой «языковой нормализации» на территории автономного сообщества. В этом им активно содействуют каталонские СМИ, хотя в большинстве своем они пока используют испанский в качестве второго, еще практически равноправного языка своих изданий. Каталонский

последовательно позиционируется правящими кругами Каталонии и ее медиасистемой в качестве предпочитаемого языка официальной, политической, общественной, культурной, да и экономической жизни региона. Без идеального владения каталанским языком вряд ли возможно работать в каталонских средствах массовой информации, особенно если те получают щедрые дотации из регионального бюджета.

Важнейшим и наиболее действенным способом внедрения каталанского языка во все сферы жизнедеятельности и активности населения региона явилось целенаправленное реформирование такого аспекта, как образовательная сфера. Уже с начала 1980-х годов сначала популярным, а потом и просто неотъемлемым компонентом образовательного процесса в Каталонии являлось так называемое «языковое погружение» (*immersió lingüística*). Под этим термином подразумевается преподавание всех дисциплин в образовательных организациях региона только с использованием каталанского языка (ранее подобную функцию успешно выполнял испанский язык, что было закономерно обусловлено его общегосударственным статусом). При этом совершенно не учитывалось происхождение обучающихся, и то, какой именно язык они с раннего детства считали родным.

К 1990-м годам «языковое погружение» уже было абсолютной нормой как минимум в стенах тех образовательных организаций Каталонии, которые находятся на финансовом обеспечении правительства этого автономного сообщества. Необходимо отметить, что подобные образовательные организации находятся в регионе в абсолютном большинстве, преобладая над всеми остальными. Таким образом, испанский язык подрастающему поколению отныне практически во всех образовательных учреждениях предлагается изучать в качестве иностранного, в пределах двух академических часов в неделю. Как язык обучения испанский остается только в частных образовательных организациях (*Colegios privados*), которых в Каталонии примерно 670, при этом общее количество образовательных учреждений на территории автономного сообщества превышает три с половиной тысячи



объектов. Частные школы не по карману подавляющему большинству населения Каталонии, соответственно, знание испанского вскоре закономерно будет оставлять желать лучшего у большей части граждан автономного сообщества. Тем самым власти Каталонии подчеркивают свое отношение к испанской государственности – по их мнению, Каталония уже стала самостоятельной политической, экономической и культурной единицей. 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, то есть 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 языки 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<sup>121</sup>.

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 региональном законодательном акте, регламентирующем языковую политику. 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, то есть 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.

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

---

<sup>121</sup> Кожановский А.Н. Форсированное строительство каталонской «региональной нации» // Вестник антропологии. 2015. № 4 (32). С. 32.

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 – всё 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 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.

## **2.5. Аранский (окситанский) язык в каталонских средствах массовой информации**

Необходимо также учитывать, что еще одним официальным языком Каталонии, помимо испанского и каталанского, является так называемый аранский (окситанский) язык. С 2006 г. аранский (окситанский) язык является соофициальным языком испанского государства в процессе получения лицензии. В Каталонии действует отлаженная система материального поощрения печатных СМИ, выпускающихся на аранском языке. С 2012 года издается бесплатная онлайн-газета *Jornalet* на аранском языке, данному

изданию всемерно содействуют власти автономного сообщества, а также организация под названием Генеральный совет аранского языка. Таким образом, в Каталонии, помимо каталанского, пропагандируется также еще один миноритарный язык – аранский. При этом сотрудники каталонских средств массовой информации не проходят специальное обучение, чтобы грамотно изъясняться на аранском языке, тогда как в отношении каталонского языка подобная подготовка, как уже упоминалось нами выше, присутствует и является практически обязательной.

Согласно пункту 2 статьи 19 Закона 35/2010 относительно аранского (окситанского) языка, власти автономного сообщества обязуются способствовать международным соглашениям, касающимся поддержки и продвижения изданий на аранском языке. Функционирует аудиовизуальный совет Каталонии, для данной организации регламентированы правила надзора за тем, чтобы и государственные, и принадлежащие частным лицам телерадиокомпании придерживались договоренностей об использовании в средствах массовой информации как каталанского, так и аранского языков.

## **2.6. Региональный компонент в медиасистеме Каталонии**

Средства массовой информации в регионе столь интенсивно работают в направлении формирования и развития национальной идентичности, а также сепаратистских националистических тенденций, что Каталония на международной арене уже давно не воспринимается в качестве заурядной автономной области испанского государства<sup>122</sup>.

В уставе автономии Каталонии (2006 год) относительно средств массовой информации говорится следующее (статья 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,

---

<sup>122</sup> Халитов Б.Н. Языковые аспекты политического процесса в Каталонии // IV Всероссийский конгресс политологов. Демократия, безопасность, эффективное управление: новые вызовы политической науке. М.: Полис, 2006. С. 342.

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».

Для региональных средств массовой информации в Испании, в частности для медиасистемы Каталонии, характерна тенденция к усилению и даже некоторому, если можно так выразиться, педалированию именно регионального компонента данных изданий. С каждым годом возрастает количество тем, в наибольшей степени актуальных именно для отдельно взятого региона. Региональный контент изданий становится более значим, чем общенациональный. При этом журналисты становятся на позицию региональных властей и выражают именно их точку зрения.

Кроме того, в регионах Испании происходит интенсивная концентрация СМИ. Используя такой термин, как «концентрация», мы имеем в виду его толкование, принятое в коммуникативистике, то есть объединение тех компаний, которые являются владельцами капиталов в разнообразных индустриальных аспектах сферы масс-медиа. Отметим, что процесс либерализации и, что предсказуемо, параллельно происходящего перехода средств массовой информации в частные руки начался и набрал обороты в Испании после того, как пал режим диктатуры Франко.

Политическая журналистика в регионах Испании обладает ярко выраженной и глубоко осознанной национальной и этнокультурной идентичностью. СМИ Каталонии можно привести здесь в качестве подтверждающего этот постулат выразительного примера. Медиасистема Каталонии на современном этапе интенсивно способствует формированию и развитию националистического менталитета и, соответственно, общественных движений, пропитанных духом радикальных националистических идей. Средства массовой информации Каталонии красноречиво отображают сложившуюся в регионе (ныне – автономном сообществе) на данном этапе

общественно-политическую ситуацию и передают базовые тенденции, определяющие основные и наиболее востребованные аудиторией направления развития социокультурной ситуации в Каталонии. Население Каталонии стремится к самоидентификации, к обретению все большей и большей автономности, и это попросту не может не сказываться на облике ведущих игроков на медиарынке региона.

Кстати, показательно и в своем роде символично, что 13 января 2015 года каталонские власти выдвинули именно сотрудника региональной медиасистемы – каталонского журналиста, выступающего в качестве уполномоченного по экономическим вопросам в Еврокомиссии, – как официального представителя автономного сообщества в Евросоюзе, тем самым уравнивая данное лицо с официальными представителями государств, в том числе и испанского государства. Женералитат, то есть правительство Каталонии, заявил по этому поводу, что журналист Амадеу Альтафай «будет представлять, защищать и продвигать интересы Каталонии, а также налаживать отношения с институтами Евросоюза»<sup>123</sup>.

Медиасистема Каталонии не может оставаться в стороне от набирающего обороты процесса сепаратизации Каталонии, как в культурном, так и в политическом аспектах. При этом неуклонно возрастает масштаб охвата читательской и зрительской аудитории именно региональными средствами массовой информации. Здесь необходимо отметить, что в общем и целом Каталония стремится добиться самостоятельности мирным путем, без применения насилия на физическом уровне, без развязывания гражданской войны и вооруженных восстаний, а также уличных беспорядков. Именно таков курс, изначально взятый СМИ Каталонии в борьбе за независимость и децентрализацию региона.

При этом необходимо отметить, что мнения журналистов относительно сепаратизма и отделения Каталонии от Испании могут быть выражены достаточно остро, ярко, эмоционально, но при этом существует некий предел,

---

<sup>123</sup> La Generalitat nombra un representante permanente ante la UE / El País. URL: [http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/12/23/catalunya/1419342067\\_112616.html](http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/12/23/catalunya/1419342067_112616.html) (дата обращения: 15.11.2020).

который средства массовой информации, как правило, не переходят – нет призывов к решению проблемы автономности Каталонии насильственным, революционным путем.

### **Выводы по второй главе**

1. В региональных средствах массовой информации Каталонии каталонцы представляют собой специфическую группу, у которой ярко выражена как национальная, так и этнорегиональная идентичность. Делается упор на то, что население Каталонии уверенно отвечает на вызовы современности, и склонно в большей степени отождествлять себя с Европой, чем с испанским государством. Бурное развитие сепаратистских настроений приводит к напряженной, порой ожесточенной полемике, немедленно находящей отражение в средствах массовой информации региона.

2. Можно с уверенностью утверждать, что медиасистема Каталонии является национально ориентированной, и большая доля ее ресурсов направляется на конструирование концепта национальной идентичности населения данного региона.

3. В современных условиях информатизации возрастает роль СМИ как инструмента социализации национальностей. Они способствуют социализации человека наряду с такими сферами, как семья и образование.

Здесь особую важность представляет язык, на котором осуществляется передача информации.

4. Средства массовой информации Каталонии озабочены тем, чтобы создать стойкую связь каталанского языка с населением региона, повысить уровень владения каталонцев их языком, превратить каталанский язык из архаичного, «покрытого пылью веков» в современный, живой, богатый и востребованный. Уже само использование миноритарного языка (то есть языка, на котором изъясняется национальное меньшинство в какой-либо стране) в СМИ играет крайне важную роль для сохранения подобного языка и указывает

на то, что данный язык пользуется государственной и юридической поддержкой.

5. В то же время поддержка властями автономного сообщества изданий, использующих каталанский язык, положительно влияет на имидж региона и содействует формированию и развитию национальной идентичности. Коммуникация СМИ с их аудиторией, осуществляемая на каталанском языке, служит сплочению населения региона, создает требуемый властям автономного сообщества стабильный и мощно эмоционально заряженный идеологический фон.

В медиасистеме значимы не столько объективные отражения событий, фактов, окружающей действительности, сколько «эмоционально заражающие» оценочные суждения. Средства массовой информации неизменно оказывают сильнейшее влияние на состояние миноритарного языка, функционируя посредством языка и одновременно развивая и укрепляя его<sup>124</sup>.

На современном этапе медиасистема усиливает у населения региона ощущение обретения национальной идентичности, предоставляет платформу для проявления специфических характеристик автономного сообщества и населяющих его людей. Кроме того, медиасистема Каталонии служит развитию таких аспектов каталонского социума, как образование и культура, поскольку сохраняет уникальность каталанского языка в современных условиях.

СМИ имеют возможность сыграть роль катализатора, который формирует у аудитории стремление активно и смело участвовать в развитии и укреплении региона, в котором проживают представители данной аудитории<sup>125</sup>.

Таким образом, можно прийти к выводу, что в настоящее время средства массовой информации Каталонии представляют собой крайне важный с точки зрения формирования национальной идентичности общественный институт, под эгидой которого объединяются носители и пропагандисты каталанского языка.

---

<sup>124</sup> Moring T. Functional completeness in minority language media // Hourigan N. *Minority Language Media: Concepts, Critiques and Case Studies*. Clevedon, Buffalo, Multilingual Matters, 2007. P. 17.

<sup>125</sup> Riggins S.H. *Ethnic Minority Media: An International Perspective*. Newbury Park, Sage Publ., 2008. P. 284.



### **ГЛАВА 3. ОБЩАЯ СИТУАЦИЯ В СМИ КАТАЛОНИИ (НА ПРИМЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА В КАТАЛОНИИ 2017-2018 гг.)**

На примере ситуации в Каталонии отчетливо видно, как именно традиционные средства массовой информации и новые медиа используются для совершения попыток политических преобразований, манипуляций сознанием аудитории и пропаганды сепаратизма.

Помимо собственно испанцев, в Испании проживают представители трёх крупных этносов: галисийцы, баски и каталонцы. Как уже отмечалось, галисийцы никогда не высказывали выраженного стремления к независимости, а баскское сепаратистское движение в 2010-х годах утратило силу. На этом фоне борьба за самоопределение каталонцев, наоборот, усилилась. Переход каталонского национализма в сепаратизм в XXI веке был обусловлен рядом причин. В первую очередь, свою роль сыграло в целом слабое экономическое развитие Испании и наличие больших диспропорций между отдельными регионами. Каталония всегда была и остаётся регионом-донором, и в массовом сознании каталонцев сложился стереотип национальной исключительности. Кроме того, на этот процесс повлиял низкий уровень политической культуры: игнорирование испанского законодательства, не предусматривающего выход региона из состава страны. Наконец, третья причина – глобализация, способствовавшая размыванию границ между народами и культурами. В ответ на этот вызов времени многие малые нации Европы, к числу которых относятся и каталонцы, стремятся отстоять своё своеобразие, не допустить утраты собственного языка и традиций.

Сила каталонского сепаратизма заключается прежде всего в экономической мощи региона по сравнению с другими районами Испании. Кроме того, сепаратизм опирается на исторические основания: каталонцы неоднократно притеснялись как нация в ходе испанской истории. Так было и в 1714 г. при подавлении королём Филиппом V каталонского восстания, так было и в период правления Франко. В связи с этим нынешние лидеры Каталонии

опасаются возможных притеснений со стороны Мадрида, и эти страхи стимулируют их борьбу за независимость. Кроме того, подпитывают сепаратизм в Каталонии и внешние силы. В частности, референдум в Каталонии в 2014 году поддержала Шотландия<sup>126</sup>.

Начало XXI века ознаменовалось усилением борьбы за государственное самоопределение Каталонии – в том числе через институты регионального управления. К этому времени в каталонском обществе сформировались два взгляда на будущее: широкая автономия в составе Испании и полная независимость от Мадрида с созданием собственного государства. Индепенденты, в свою очередь, разделились на тех, кто видит независимую Каталонию в современных административно-территориальных границах, и тех, кто считает, что она должна включать в себя все земли, которые они относят к каталонским. В последнем случае в состав нового государства должны войти испанская автономная область Валенсия, Балеарские острова, провинция Перпиньян во Франции, город Альгер на острове Сардиния в Италии. При этом, согласно социологическим опросам, в 2005 году лишь 20,7% опрошенных высказались за получение политической независимости региона.

### **3.1. Популярные печатные средства массовой информации Каталонии**

#### **La Vanguardia**

В Каталонии ведущие позиции традиционно занимает La Vanguardia (с испанского языка название газеты можно перевести как «Авангард»), ежедневная газета, которая издается в Барселоне (там находится штаб-квартира этого издания) с 1 февраля 1881 года. Газету начали издавать два предпринимателя из Игуалады, Карлос и Бартоломе Годо, классифицировав ее, как *Diario político de avisos y noticias* («Политическая газета объявлений и новостей»). Изначально предполагалось, что данное издание будет играть роль средства коммуникации для фракции Либеральной партии, намеревавшейся в то

---

<sup>126</sup> Hallin D.C., Mancini P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. P. 30.

время обрести влияние на городской совет Барселоны и контролировать его действия.

В последний день 1887 года *La Vanguardia* в последний раз вышла в свет в качестве партийного органа, а уже 1 января 1888 года, в день открытия Всемирной выставки Барселоны, читатели увидели кардинально обновленное и политически не ангажированное (по крайней мере далеко не столь откровенно ангажированное, как ранее) издание газеты, в которой были как утренние, так и дневные выпуски.

Средства массовой информации при таком раскладе находятся в практически тотальной зависимости от направленности политических партий, в результате медиасистема Испании в целом сильно политизирована и далеко отстоит от либеральной модели<sup>127</sup>. При этом *La Vanguardia* старается как можно более объективно освещать точки зрения различных сторон.

*La Vanguardia* – единственное издание Каталонии, которое исправно выходило в свет, невзирая на все пертурбации в стране, связанные с изменениями политической повестки дня, начиная с восстановления Альфонсо XII, который вернулся в Испанию в качестве правящего монарха в 1874 году после успешного военного переворота, направленного против Первой республики. В период Гражданской войны в Испании газета издавалась неофициально, играя роль подпольного печатного органа республиканского правительства.

После установления диктатуры Франко газета выходила в свет уже с новым названием *La Vanguardia Española* («Испанский Авангард»). Стоит заметить, что именно *La Vanguardia* выступала в роли одного из двух наиболее влиятельных ежедневных печатных изданий в Испании периода диктатуры Франко наряду с ABC, также поддерживая франкистский режим. После смерти диктатора и падения тоталитарного режима издание вернуло себе прежнее название, поддерживало связь с каталонской националистической партией «Конвергенция и Союз».

---

<sup>127</sup> Hallin D.C., Mancini P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. P. 30.

*La Vanguardia* по большей части распространяется в Барселоне, но при этом данная газета весьма широко известна и за пределами Каталонии, практически на всей территории Испании. Это пользующееся уважением читательской аудитории издание часто цитируют и федеральные испанские средства массовой информации, и международная пресса, тем более что корреспонденты *La Vanguardia* работают в самых разных крупных городах планеты, имеющих политическое, экономическое и социокультурное значение для жизни всего человечества. Данное СМИ всегда занимало передовые позиции в том, что касалось внедрения технического прогресса.

Наиболее значимая региональная газета Каталонии выступает в качестве одной из наиболее востребованных у читательской аудитории газет в общем и целом во всей Испании. Уже в 1994 году, когда тираж данного издания составлял 207 тысяч экземпляров, *La Vanguardia* занимала четвертое место среди наиболее читаемых испанцами газет, ее опережали только *El País*, *ABC* и *El Mundo*. В 1994 году Общество дизайна новостей (SND) присвоило ей титул «лучшей газеты мира».

*La Vanguardia* целенаправленно и активно регулярно выступает в поддержку каталонского национализма, что способствует росту такого важного для газеты показателя, как ее цитируемости. Кроме того, политическую ориентацию издания можно обозначить, как либерализм и центризм. С мая 2011 года эта газета выходит в свет не только на испанском, но и на каталанском языке. Интересно, что уже и до появления каталонского издания письма читателей, адресованные редакции и написанные на каталанском языке, неизменно оставались без перевода. Кроме того, *La Vanguardia* издается и на английском языке. *La Vanguardia* является собственностью испанского медиахолдинга *Grupo Godó*.

Электронная версия газеты доступна с 1995 года. Версии газеты *La Vanguardia*: Barcelona (Барселона), Madrid (Мадрид), Catalunya (Каталония), Andalucía (Андалусия), Comunidad Valenciana (Валенсия), País Vasco (Страна Басков), Islas Baleares (Балеарские острова).

Среди наград издания: Национальная премия в области прессы (2011), премия Серрата-и-Бонастре (2011 и 2013).

*La Vanguardia* выходила в свет в берлинском формате вплоть до 2 октября 2007 года. Берлинер, либо «миди» – это газетный формат, при котором страницы обычно представлены в размере примерно 315 на 470 миллиметров (12,4 дюйма × 18,5 дюйма). Затем для издания данной газеты стали применять таблоидный формат (таблоид – это газета, размер страницы которой меньше, чем стандартный плакатный размер. Понятие «бульварная журналистика» вовсе не обязательно охватывает любое издание, выходящее в свет в таблоидном формате).

Среднее количество экземпляров, распространяемых в день в течение месяца (данные за январь 2020 года) – 83 804.

### **El Periódico de Catalunya**

*El Periódico de Catalunya* – еще одна популярная среди читателей Каталонии ежедневная газета, ненамного уступающая в рейтинге читательского признания *La Vanguardia*. На страницах этого издания пропагандируется позиция, которую занимают так называемые левоцентристские силы. Владелец – *Grupo Zeta*. Среднее количество экземпляров, распространяемых в день в течение месяца (данные за январь 2020 года) – 50 109<sup>128</sup>.

Первый номер газеты вышел 26 октября 1978 года. Редактором в то время был Антонио Асенсио Пизарро (Antonio Asensio Pizarro). Газета позиционировалась как прогрессивная и социалистическая, подчеркивалось, что редакция занимает левоцентристскую позицию относительно происходящих в стране и мире событий. Редакция газеты стремилась подробно освещать темы, слабо охваченные другими изданиями, в частности, делала ставку на материалы, посвященные событиям, разыгрывавшимся непосредственно на территории Барселоны.

---

<sup>128</sup> Там же.

Изначально *El Periódico* выходила в свет исключительно на испанском языке, однако 27 октября 1997 года впервые начала выпускаться версия на каталанском. Интересно, что каталанская версия отличается от испанской также по цвету: на первой полосе каталанской – логотип издания на голубом фоне, при этом в испанском варианте логотип располагается на красном фоне. Логотип специально разработан таким образом, чтобы читатели могли мгновенно установить, на каком именно языке выпущен конкретный номер газеты.

Чтобы не пострадала скорость выпуска издания, применяются механизмы автоматического перевода. Редакция обратилась к рекламодателям с предложением бесплатной услуги, заключающейся в оперативном и точном переводе рекламных объявлений. В итоге после того, как в свет начала выходить версия *El Periódico* на каталанском языке, тираж издания увеличился на 7%, а доходы от размещения рекламы – на 22% при повышении рекламных тарифов на 5%<sup>129</sup>.

Оба издания имеют совершенно идентичное содержание, при этом каталонская версия издается благодаря государственным субсидиям. Данное издание пользуется уважением и весьма востребовано у представителей рабочего класса Каталонии. Для привлечения читателей редакция выработала единый общий стиль издания. *El Periódico* использует уникальную легко узнаваемую графику и выразительные фотографии высокого качества. Фирменным стилем издания стали яркие, привлекающие внимание заголовки крупных размеров, качественная печать. Каждая страница сейчас печатается в цвете, в материалах часто используются красочные диаграммы. Главный редактор – Альберт Саез.

*El Periódico de Catalunya* выпускает еженедельное спортивное приложение. Чтобы сильнее заинтересовать поклонников спортивных новостей, данное приложение не выпускается в привычном в подобных случаях виде – в

---

<sup>129</sup> Две версии одной газеты: новый подход к привлечению доходов // Позиционирование изданий на новых рынках: дополнительные условия для рекламодателей. М.: Сервис–Медиа, 1998. С. 10.

виде вкладыша в газету. Найдено остроумное решение: напротив, сама газета вкладывается в спортивное приложение<sup>130</sup>.

В 1990-х годах группа Zeta начала выпускать региональные одноименные газеты: *El Periòdic d'Andorra*, *El Periòdico de Aragón*, *El Periòdico de Extremadura*, *El Periòdico Mediterráneo*.

### **Ara**

*Ara* («Сейчас») – это каталонская ежедневно выходящая газета. Ее первый выпуск увидел свет 28 ноября 2010 года, то есть во время парламентских выборов на территории Каталонии. В тот день было реализовано 120 тысяч печатных экземпляров издания. *Ara* – третья по количеству читателей ежедневная газета в Каталонии, это наиболее популярное у читательской аудитории ежедневное издание, которое выходит только на каталонском языке. Региональная версия данной газеты, *Ara Balears* – наиболее востребованное издание на каталонском языке на территории Балеарских островов. Интернет-издание *ARA* – наиболее популярная онлайн-газета на каталонском языке. Редактор-основатель газеты – Карлес Капдевила, редактор в настоящее время – Эстер Вера. Консультативный совет издания составляют журналисты Антони Бассас, Альберт Ом и Тони Солер, зарекомендовавшие себя в качестве крепких профессионалов в ходе сотрудничества с каталонской общественной телекомпанией TV3.

Что касается содержания данного издания, на страницах газеты часто можно встретить переводы на каталонский язык отчетов и статей из *New York Times International Edition*.

Издание получило ряд наград, среди которых *Premi Nacional de Comunicació* (цифровая категория *Premi Nacional de Mitjans d'arrel*) – в 2013 году, *European Newspaper Award* в категории региональных газет, и премия *Ciutat de Barcelona* в категории СМИ для Карлеса Капдевилы с упоминанием его роли в качестве одного из основателей газеты – в 2015 году.

---

<sup>130</sup> GrupoZeta /El Periòdico de Catalunya // Региональная пресса Испании: новые рубежи. М.: Сервис–Медиа, 1999. С. 7.

В 2017 году газета завоевала 11 наград на XIX конкурсе *European Newspaper Awards*, три из них были присуждены за специальные выпуски, где фотоиллюстрации были заменены уникальными рисунками. В том же году изданию были присуждены три премии за дизайн газеты Обществом дизайна новостей, была высоко оценена деятельность сотрудников издания в сфере онлайн-репортажей.

Необходимо отметить, что газета *Ara* не поддерживает какую-либо политическую партию и декларирует независимость от всех идеологических направлений. Соответственно, это издание чаще всего определяют в качестве центристского, однако, безусловно, там, где речь идет о национальной идентичности населения Каталонии, издание стоит на позициях сепаратизма. Целевая аудитория издания – люди с активной гражданской позицией, интересующиеся вопросами политики и культуры, в то же время, это явно сепаратистски настроенная часть социума региона. В данном аспекте газета конкурирует с такими изданиями, как *El Punt Avui* и онлайн-порталом *elnacional.cat*.

*Ara* печатается в Барселоне и затем распространяется на всей территории Каталонии. В 2011 году газету начали распространять и на Балеарских островах, издание быстро приобрело огромную популярность среди местного населения и стало наиболее востребованным печатным средством массовой информации, выходящим на каталонском языке, на территории данного региона. С февраля 2012 года *Ara* начала распространяться и в отдельных районах Валенсийского сообщества, приобретя исключительную популярность на территории провинции Кастильо и города Валенсия. В издании можно ознакомиться с умело подобранной новостной повесткой, в том числе часть новостей предлагается читателям также на английском и испанском языках.

## **Segre**

Еще одна востребованная у читательской аудитории газета *Segre* («Сегре») так же, как и *El Periódico*, и *La Vanguardia*, выходит в свет на двух



языках. Это издание с успехом распространяется в провинции Лерида (Льейда) – это провинция на северо-востоке Испании в составе автономного сообщества Каталония.

### **El Punt Avui**

*El Punt* – ежедневно выходящая каталонская газета, основанная 24 февраля 1979 года, база которой находится в Жироне. Газета ранее была известна как *Punt Diari*, но в 1990 году получила новое название. Выходит в свет на двух языках, каталанском и кастильском. Сначала газета *El Punt* распространялась исключительно на территории провинции Жирона, но с 11 сентября 2004 года издание стало можно приобрести и на территории провинции Барселона. К 2008 году у *El Punt* уже насчитывалось семь выпусков в различных провинциях. 31 июля 2011 года газета объединилась с газетой *Avui*, так появилось новое издание под названием *El Punt Avui*.

Первый выпуск газеты *Avui*, кстати, вышел в свет 23 апреля 1976 года. Данное издание навсегда вошло в историю испанской журналистики в качестве первого издания, которое публиковалось исключительно на каталанском диалекте испанского языка с первых дней Гражданской войны.

Следует отметить, что правящие круги Каталонии предоставляют субсидии весьма значительных размеров на развитие и поддержание изданий на каталанском языке. Так, показательно, что в 2008 году *El Punt* получила около двух миллионов евро, оказавшись впереди всех региональных изданий Каталонии, если судить по соотношению тиража и предоставленной субсидии. Сумма составила 72 евро в год на каждую проданную газету в день, то есть практически 20 евроцентов на каждый фактически реализованный номер.

### **Diari de Girona**

Газета *Diari de Girona* – ежедневно выходящая газета Жироны, города и одноименной провинции, расположенной в автономном сообществе Каталония, издается на каталанском языке. Владелец: крупная медиакомпания *Prensa*

*Ibérica*. Газета принимает самое деятельное участие в жизни региона, регулярно получает гранты от правительства Каталонии. Газета была основана в 1943 году, изначально носила название *Los Sitios* («Место»), сформировалась на базе прекратившего свою деятельность издания *L'Autonomista* («Автономия»). Поначалу это была единственная газета Жироны, выходящая каждый день. Издавалась на испанском языке. В конце 1970-х годов издание обрело независимость, начало ориентироваться на демократические ценности, и получило название *Sitios-Diari de Girona* («Местный дневник Жироны»), а позднее – нынешнее название. В середине 1980-х годов ведущим языком издания стал каталанский. В настоящее время *Diari de Girona* выходит именно на нем. Издание регулярно получает гранты от правительства автономии и активно участвует в жизни региона.

### **Sport**

Газета *Sport* («Спорт») – спортивное издание, штаб-квартира которого находится в Барселоне. Принадлежит *Grupo Zeta*, издается с 1979 года. Редакционная политика данной спортивной газеты нацелена, в первую очередь, на поддержку местного городского футбольного клуба «FC Barcelona», поэтому предсказуем и девиз издания: *Sempre amb el Barça* («Всегда с Барселоной»). По сути, газета во многом представляет собой именно официальное информационное издание испанского футбольного клуба «ФК Барселона». Важен для газеты и такой испанский футбольный клуб Барселоны, как *RCD Espanyol*. Уделяется внимание и «Реал Мадрид», и национальному испанскому футболу как таковому. Здесь подробно освещаются основные события в мире национального испанского футбола, а также футбола международного. Читателям предлагают материалы, посвященные футбольным командам, интервью со спортсменами и тренерами, разнообразные аналитические статьи, спортивные прогнозы. Среди прочих тем, востребованных читателями газеты, – баскетбол, автоспорт, вело- и мотогонки, гандбол, теннис. Основная аудитория издания – говорящие на испанском языке жители Каталонии. Вебсайт газеты

предлагает любителям спорта международный вариант данного издания на английском и японском языках, и, кроме того, традиционные отдельные информационные разделы для каждого испаноязычного государства (это США, Мексика, Аргентина, Колумбия, Чили). Политически данная газета нейтральна, но весьма показательна для медиасистемы Каталонии как региона Испании, поскольку специализирующиеся исключительно на освещении спортивных событий средства массовой информации играют важную роль в испанской медиасистеме в целом. Каталонская медиасистема, что предсказуемо, в миниатюре отражает положение дел в медиасистеме Испании.

### **Mundo Deportivo**

Нельзя обойти вниманием и такую каталонскую спортивную газету, как *Mundo Deportivo* («Спортивный мир»), издающуюся в Барселоне. Это старейшая испанская спортивная газета и вторая старейшая спортивная газета на территории Европы после итальянской *La Gazzetta dello Sport* («Спортивная газета»). *Mundo Deportivo* выходит ежедневно, с 1906 года, политически, как и следовало ожидать, нейтральна.

*Mundo Deportivo* – вторая по популярности спортивная газета, выходящая в Барселоне, четвертая по популярности в Испании. Язык издания – испанский. Традиционно издание освещает положение дел в сфере регионального футбола Испании, журналисты стремятся равномерно распределить внимание и освещать деятельность всех региональных футбольных клубов по возможности равномерно. Это такие клубы, как *Alaves*, *Athletic Bilbao*, *Atletico Madrid*, *FC Barcelona*, *Batis*, *Barça*, *Celta Vigo*, *Eibar*, *RCD Espanyol*, *Getafe*, *Girona-FC*, *Huesca*, *Leganes*, *Levante*, *Manchester City*, *Nápoles*, *Rayo Vallecano*, *Real Madrid*, *Real Sociedad*, *Sevilla*, *Valencia*, *Real Valladolid*, *Villarreal*. Естественно, фавориты издания, материалы о которых можно обнаружить исключительно на первых страницах газеты – это футбольные клубы *FC Barcelona* и *RCD Espanyol*. Газета детально описывает практически все ведущие события в мире спорта.

*Mundo Deportivo* наряду с газетой *Sport* – два основных источника информации о спортивных событиях на территории Каталонии.

### **Местные издания (*Prensa comarcal*)**

Существуют на территории Каталонии и многочисленные локальные, то есть местные издания, которые выходят в свет в границах определенного района, и предназначаются специально для аудитории, населяющей конкретную территорию. Подобные издания пользуются в своих «ареалах обитания» большой популярностью и могут играть важную роль в локальных политических и социокультурных процессах. В Каталонии такие издания выходят исключительно на каталанском языке и называются *Prensa comarcal*, то есть «районная пресса». Здесь отчетливо прослеживается тенденция так называемого «одомашнивания новостей». Региональные и национальные новостные блоки в настоящее время отнюдь не являются идентичными. Та информация, которая занимает первые полосы общенациональных газет, таких, как *El País*, *El Mundo* и *ABC*, может остаться невостребованной на страницах региональных и тем более локальных изданий Каталонии. Это является еще одним подтверждением того, что региональная журналистика играет все более важную роль в Каталонии в частности и в Испании в целом.

### **Радио- и телевидение Каталонии**

В Испании действуют как государственные, так и частные радиоканалы. Практически каждое периодическое издание, радио- и телевизионные каналы имеют свою версию в интернете.

Функционирует государственное радио и два телевизионных канала на каталанском языке, 206 частных радиостанций. Существует обязательное требование трансляции 50% эфирного времени на каталанском языке – без этого условия просто не будет выдана лицензия на радиовещание. *Radio Catalan* («Радио Каталонии») вещает исключительно на каталанском языке, круглосуточно, для Каталонии и Андорры. Частные радио и телевизионные

каналы, вещающие на каталанском языке, материально поддерживаются региональным департаментом культуры. Дублированные на каталанском языке материалы традиционно выходят в прайм-тайм.

Что касается телевидения, необходимо отметить, что в январе 1984 года был принят закон, согласно которому автономные сообщества могли выпускать передачи на Третьем телевизионном канале. В настоящее время это автономный каталанский канал, вещающий на Валенсию, Балеарские острова, Андорру и Руссильон. Через три года был запущен *Canal 33*, в настоящее время он называется *El 33*.

Следует учитывать, что, в соответствии со статьей 149 Конституции испанского государства, автономные сообщества имеют право основывать частные радио- и телеканалы. Статья 28 Закона Каталонии от 5 июля 1996 года гласит, что автономное сообщество должно материально поддерживать выпуск аудиовизуальных материалов на каталанском языке. Королевский указ 526 от 14 декабря 2002 года и Закон о фильмах 2007 года декларируют, что каждый год выпуск аудиовизуальных средств массовой информации, использующих соофициальные языки испанского государства, должен материально поддерживаться.

Законодательный акт № 22/2005 от 29 декабря 2015 года, касающийся аудиовизуальных коммуникаций, регламентирует меры, которые предпринимаются в области охраны каталанского языка в сфере аудиовизуальных коммуникаций.

В статье 27 испанского Закона о языковой политике от 7 января 1998 года можно прочесть, что автономные сообщества обязаны всячески поддерживать региональные печатные средства массовой информации. Положения, которые содержит данный законодательный акт, неукоснительно воплощаются в жизнь. В качестве доказательства может служить тот факт, что Комитет экспертов считает практически образцовым механизм финансовой поддержки печатных средств массовой информации на каталанском языке, разработанный властными кругами Каталонии.

На каталонском телевизионном канале 3/24 идут пятнадцатиминутные новостные выпуски на аранском языке. На каталанском радио тоже регулярно выходят передачи на аранском языке. Наличие аранского языка в средствах массовой информации региона, его поддержка и продвижение так же, как и в случае с каталанским языком, выступает в качестве значимого аргумента в процессе получения лицензии.

Соглашение от 17 ноября 2004 года гарантирует, что аудиовизуальные средства массовой информации будут выходить в свет на каталанском языке. Данное соглашение также содержит и регламент реализации контрольных мер, предпринимаемых относительно выполнения телеканалами, как государственными, так и принадлежащими частным лицам, договоренностей, касающихся вещания на каталанском языке.

### **3.2. Речевые стратегии каталонских СМИ, предназначенные для манипуляции общественным сознанием**

Характерная черта информационного пространства XXI столетия – интенсивное применение СМИ в качестве мощного средства для формирования общественного мнения. Медиасистема в настоящее время располагает такими организационно-техническими структурами, которые гарантируют масштабное распространение как вербальной, так и аудиовизуальной информации, а также высокую скорость ее распространения. При этом и восприятие гражданами данной информации, и эмоциональная реакция на нее будет зависеть далеко не только от сути полученных данных, но и от того метода, при помощи которого они транслировались аудитории.

Средства массовой информации реализуют взаимодействие населения с идеологами самого разного толка, и, что закономерно, тем самым не только отражают, но и в значительной мере создают такой феномен, как общественное мнение. Выстраивание концепта общественного мнения в настоящее время предназначается, в первую очередь, для формирования и развития у потребителя информации (контента, который содержат средства массовой

информации) вполне конкретных и ясных оценочных мнений. «Высший пилотаж» – ситуация, когда аудитории средств массовой информации кажется, что эти мнения продиктовал ей ее собственный здравый смысл.

Общественное мнение в наше время является неотъемлемой частью категориального аппарата такой научной дисциплины, как журналистика.

В среде исследователей в области социологии, политологии и психологии на сегодняшний день не выработано единой точки зрения по поводу содержания понятия «общественное мнение».

Исследователь в сфере социологии Габриель Тард (Франция) считал общественное мнение возникающим на ограниченный период комплексом умозаключений, подчиняющихся законам логики. Данные выводы производятся относительно острых проблем, находящихся на текущей повестке дня, гражданами – современниками, живущими в одном государстве. Общественное мнение формируется благодаря умозаключениям, к которым пришли предки этих граждан – то есть, играет роль традиционная «народная мудрость». При этом общественное мнение корректируют суждения, производимые единичными мыслителями настоящего времени, которые символизируют разум и высокий интеллект, не подчиняющийся ограничениям традиционных подходов к сложным проблемам. В идеальном мире общественное мнение примиряло бы и объединяло инсайты (озарения) и смелые выводы гениальных мыслителей с обыденным и проверенным веками здравым смыслом. Однако, в реальном, далеком от совершенства мире, общественное мнение часто следует не столько за гениальными серьезными мыслителями и философами, сколько за изменчивой модой, пренебрегая при этом традиционными ценностями. Возможен и противоположный, но тоже неутешительный вариант развития событий – общественное мнение, покоряясь отжившим и устаревшим традиционным умозаключениям, уже давно утратившим актуальность, решительно и беспелляционно восстает против дельных высказываний мыслителей-новаторов<sup>131</sup>.

---

<sup>131</sup> Тард Г. Общественное мнение и толпа. М.: Ленанд, 2015. С. 46.

Американский писатель, репортер и политический комментатор, автор оригинальной концепции общественного мнения (1922) Уолтер Липпман (США) рассматривал общественное мнение как несовпадающую с объективно существующей действительностью картину окружающего мироздания в представлении какого-либо сообщества индивидов, лежащую в фундаменте их жизненной активности. У. Липпман был убежден, что сведения о действительности вокруг нас, которые содержатся в сознании человека, по природе своей просто не могут являться ни объективными, ни актуальными, каждую секунду безнадежно устаревая и искажаясь. По мнению У. Липпмана, мы расцениваем в качестве факта не то, что им действительно является, а то, что большая часть членов социума склонна рассматривать как непреложный факт. Уолтер Липпман утверждал, что всё происходящее вокруг нас, все объекты окружающего нас мира имеют, так сказать «аверс и реверс», и одна сторона не способна существовать без другой. Но чаще всего индивид имеет представление только о какой-то одной грани события или объекта, отрицая или попросту не замечая противоположную сторону.

События человеческой жизни и процессы, протекающие в социуме, сложно объективно рассмотреть в их многогранности. Соответственно, в итоге окружающая нас действительность воспринимается однобоко, плоско, зато становится приемлемой для восприятия и осознания. Уолтер Липпман в свое время характеризовал это явление, как псевдосреду, то есть фальшивую реальность, если можно так выразиться, квазиреальность. Действия, которые совершает индивид, объясняются не наличием у него объективной информации относительно окружающей среды и происходящих в ней процессов, а существованием в его сознании ярких, но нереалистичных по сути своей образов, которые индивид либо формирует самостоятельно, либо заимствует у своей референтной группы.

Непредвзято рассматривать и оценивать окружающую действительность мешают шаблоны, согласно которым у большинства людей выстраивается мыслительный процесс. Это укорененные в конкретном культурном



пространстве мнения относительно различных объектов, порожденные произведениями искусства, ценностными и нравственными установками, политическими идеями. Подобные шаблоны влияют на человека задолго до того, как начинает работать логическое мышление. Подобный тип восприятия окружающей действительности искажает объективные сведения о ней, воздействуя на органы чувств до того момента, когда информация начнет обрабатываться рассудком. Отсюда и произошло слово «предрассудок» – это стереотип, опережающий возможность индивида воспользоваться разумом для вынесения объективного суждения относительно той или иной проблемы. Шаблоны и стереотипы практически невозможно разрушить с помощью анализа или критического мышления.

Шаблонное мышление столь распространено, поскольку наличие устойчивых стереотипов значительно сокращает время и силы, которые индивид тратит в процессе восприятия комплексных и многогранных общественных явлений. Кроме того, прибегая к использованию стереотипов и шаблонов, индивид заведомо присоединяется к большинству, ощущая себя в безопасности и успокоительном единстве с другими членами социума. Самостоятельно мыслить – для многих слишком дорогое и при этом рискованное удовольствие. Позволяя себе не соглашаться с «народной мудростью» и шаблонными суждениями, человек рискует оторваться от своей привычной малой группы, даже превратиться в изгоя, и порой отнюдь не в метафорическом смысле.

У. Липманн выработал теорию, которая впоследствии приобрела фундаментальное значение для использования пропаганды в качестве средства стереотипизации общественного мнения. Согласно данной теории, шаблоны порождаются именно медиасистемами<sup>132</sup>.

Немецкий социолог и политолог Элизабет Ноэль-Нойман нетривиально подходит к проблеме выяснения сущности и содержания такого понятия, как «общественное мнение», основываясь на том, что точка зрения члена социума

---

<sup>132</sup> Липманн У. Общественное мнение. М: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. С. 109.

относительно каких-либо проблем конструируется благодаря двум базовым источникам информации. Это, во-первых, наблюдение за окружающей реальностью как таковое, во-вторых, получение информации относительно принятия и (или) отвержения каких-либо сторон окружающей действительности прочими членами данного социума. Соответственно, общественное мнение для данного исследователя выступает в качестве ценностно окрашенной точки зрения определенного сегмента социума (хорошо либо плохо, умно либо не слишком). Данную точку зрения начинают разделять и другие члены этого социума, не желая и страшась стать изгоями. Общественное мнение основано на том, что члены практически любого социума неосознанно желают выработать единую точку зрения, найти тот консенсус, который важен для обретения возможности слаженно действовать и брать на себя ответственность за принятые решения, судя по обстоятельствам каждого конкретного проблемного поля<sup>133</sup>.

В центре процесса конструирования общественного мнения находится такое уникальное явление, как «спирали молчания». Этот феномен был рассмотрен еще в 1856 году. Э. Ноэль-Нойман определяет «спирали молчания» в качестве феномена, который сводится к тому, что индивид хранит в тайне собственное мнение, которое, как он убежден, будет обязательно идти вразрез с мнением большинства, тотально с ним не совпадать. Почему человек скрывает свою истинную точку зрения? Чаще всего он совершает это осознанно, чтобы дело не дошло до его вполне возможной общественной изоляции в качестве опасного инакомыслящего, а то и инакочувствующего. Обычно это происходит на фоне подчеркивания собственного мнения теми членами социума, которые отождествляют себя с большей частью населения. Именно таким образом средства массовой информации способны оказывать влияние на выбор линии поведения избирателем, знакомя аудиторию с данными социологических исследований и отслеживая комментарии, а также комментируя происходящее, со своей стороны.

---

<sup>133</sup> Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: М.: Прогресс-Академия, 1996. С. 341.

Можно и так раскрыть сущность феномена общественного мнения: «общественное мнение» – это массовое сознание в действии. Можно также представить общественное мнение в качестве реакции этого массового сознания.

Важнейший фактор отбора общественного мнения – социальные стремления людей. Только такие факты, события и процессы, которые непосредственно касаются стремлений всех без исключения, либо, хотя бы, подавляющего большинства членов социума, становятся катализаторами для выработки общественного мнения. Такие объекты оказываются в центре внимания почти всех страт социума, служат «спусковым механизмом» для формирования индивидуальных, групповых, коллективных мнений. Впоследствии у членов социума возникает настоятельное желание обмениваться данными мнениями, обогащать свою точку зрения за счет осознания иных взглядов на проблему. Как итог – конструируется общественное мнение, вбирающее в себя точки зрения отдельных индивидов и социальных малых групп.

В конструировании общественного мнения активно участвуют новостные средства массовой информации, которые подбирают необходимые информационные поводы, дают им комментарии и широко тиражируют эти поводы в той или иной форме.

Характерная значимая черта, свойственная текстам новостных средств массовой информации, – это их умение представлять своей аудитории информацию выборочно и в особом ореоле. Иногда проблема только слегка обозначена. В другом случае будут описаны основные стадии ее развития. В третьей ситуации данную проблему детально и художественно изложат. Наконец, проблеме могут быть даны оценки, может быть приведен вероятный прогноз относительно развития этой проблемы и ее влияния на различные аспекты жизнедеятельности социума.

Помимо умения выборочно подавать информацию, имеет значение и язык, при помощи которого эта информация подается, его стиль. Средства

массовой информации могут одну и ту же проблему осветить совершенно по-разному, благодаря умелому подбору лексики, стилистики. Языковой, вербальный компонент играет ведущую роль в любой медиасистеме.

Реципиенту информации предоставляют определенную трактовку события, и эта трактовка может иметь много различных уровней информативности. Информативность – это подача материала, здесь будут востребованы такие параметры, как отсутствие стереотипов, здравый смысл и соответствие стиля подачи сути освещаемой проблемы<sup>134</sup>.

Нередко наиболее значительным в новостном тексте выступает параметр уникальности. Соответственно, чем более актуальные чаяния большинства представителей социума затрагивает проблема, по поводу которой формируется общественное мнение, тем быстрее и интенсивнее данное мнение образует конструкцию, оказывающую влияние на социум в целом и на отдельных индивидов в частности.

Американский исследователь У. Албиг определял общественное мнение как ярко выраженное отношение определенной группы социума относительно важных и широко обсуждаемых в обществе проблем<sup>135</sup>. В этой трактовке понятия «общественное мнение» налицо такие важнейшие компоненты, как, во-первых, принятие во внимание всех точек зрения, имеющихсся внутри конкретной социальной группы, во-вторых, неременное наличие общественной интенсивной дискуссии, в-третьих, важность и (или) интерес подавляющего большинства членов данной социальной группы к проблеме, которая находится в центре общественной дискуссии.

Общественное мнение, которое формируют в социуме средства массовой информации, реализует две ведущие задачи – регламентацию поведения граждан и их воспитание. Кроме того, общественное мнение не позволяет гражданам забыть о моральном осуждении, о психологическом прессинге, которому они подвергнутся со стороны социума, если нарушат общественные

---

<sup>134</sup> Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004. С. 46.

<sup>135</sup> Albig W. Public Opinion and Propaganda. Sturgis Press, 2007. P. 10.

нормы<sup>136</sup>. Открытое выражение общественного мнения, его трансляция на все социальные страты осуществляется не только благодаря различным средствам массовой информации, в конечном счете составляющим единую мощную медиасистему. Здесь играет роль и тот важный факт, что общественное мнение неизменно выражается в простой, понятной и доступной буквально каждому члену социума форме. Способ, посредством которого до населения доносится общественное мнение, неизменно прост и доступен в том числе и гражданам, которые не отличаются высоким уровнем интеллекта и широким кругозором. Общественное мнение поистине демократично, поэтому опирается в процессе своего выражения на простые и ясные, доходчивые средства выражения – лозунги, девизы, визуальный ряд, речевые клише, интенсивно применяющиеся в повседневной практике средств массовой информации. Следует при этом учитывать, что разнообразные символические обозначения имеют смысл и обладают влиянием исключительно в соответствующих условиях и обстоятельствах. Некоторые символы с легкостью воспринимаются в конкретной локации в определенный период, однако могут быть восприняты неверно или вообще остаться не понятыми в другой географической точке и в иное время.

Такой сложный по своей структуре конструкт, как общественное мнение, выстраивается не мгновенно, а поэтапно. Это конструирование точки зрения количественно значимой в обществе группы относительно конкретной проблемы, базирующееся не только на логических построениях, но и на иррациональных, воздействующих напрямую на подсознание побуждениях.

Теоретические общественные дисциплины, практическая деятельность в сфере политики и экономики доказывают, что преимущество – именно за иррациональной стимуляцией подсознательных стремлений индивида.

В XX столетии, когда средства массовой информации и медиасистемы в целом начали развиваться семимильными шагами, резко увеличилось количество исследований, более или менее аргументированно ставящих под

---

<sup>136</sup> Беленькая Ю.П. Средства массовой информации и медиа-среда как факторы формирования общественного мнения // Наука. Инновации. Технологии. 2010. № 4. С. 54.

сомнение приоритет разума как такового и сомневающихся в доминировании человеческого рассудка над человеческими же инстинктами. Специалисты в самых разнообразных областях науки начали пристально изучать именно сферу подсознания человека, его эмоциональную сферу, а не работу рассудка и применение логики.

Более чем за сто лет научных исследований и бурных дискуссий в сферах философского, социологического, психологического, политологического знания к толкованию понятия «общественное мнение» сформировалось немало подходов. В настоящее время в научной среде нет единодушия относительно сущности и ключевых параметров такого феномена, как общественное мнение. Соответственно, понятие «общественное мнение» нередко без должных на то оснований отождествляют со многими другими понятиями, например, с таким социальным явлением, как пресловутое «мнение большинства» или с таким феноменом, как «идеология». Необходимо помнить, что общественное мнение представляет собой точку зрения социума относительно конкретной проблемы. При этом необходимо подчеркнуть, что данная точка зрения выработана благодаря ряду дискуссий, охватывавших, без преувеличения, все социальные слои и страты. Напротив, мнение большинства – это точка зрения, которая была сформирована без принятия во внимание потребностей и нужд меньшей части социума. Что касается идеологии, это комплекс идей, которые преобладают либо стремятся к доминированию в социуме<sup>137</sup>.

Целесообразность и авторитетность общественного мнения обусловлена уровнем знаний и компетентности членов социума. Средства массовой информации конструируют общественное мнение посредством тщательного подбора и отбора информации и специфики ее подачи. Это напрямую влияет на восприятие информации аудиторией и на ее истолкование. Технические возможности, которыми располагают средства массовой информации в настоящее время, позволяют использовать в процессе формирования общественного мнения мощные аудиовизуальные эффекты, генерирующие

---

<sup>137</sup> Беленькая Ю.П. Средства массовой информации и медиа-среда как факторы формирования общественного мнения // Наука. Инновации. Технологии. 2010. № 4. С. 56.

символы, напрямую обращающиеся к подсознанию аудитории. При этом необходимо учитывать, что средства массовой информации, формируя общественное мнение, в свою очередь, испытывают на себе его воздействие.

Если трактовать понятие «общественное мнение» с точки зрения социологии и политологии, рассматривая его в качестве особой фазы социального сознания, можно обозначить наиболее важные параметры, от которых зависит сущность и формы общественного мнения в различные исторические эпохи. В то же время данные параметры можно расценивать в качестве обязательных требований для конструирования и активизации данного явления.

Наиболее значим параметр, который можно определить, как широта спектра доступного массовой аудитории информационного потока. Специфика данной информации, то есть ее глубина, многосторонность, способность служить источником дискуссий и споров, по большей части и обуславливает возможности общественного мнения, рассматриваемого в качестве самостоятельного политического актора.

Ведущими источниками и зачастую творцами информационных потоков в настоящее время выступают медиасистемы. Средства массовой информации, которые их составляют, в значительной степени формируют имидж социума и правила действия демократической политической системы. От деятельности средств массовой информации зависит продуктивность общественного мнения и сила его влияния на социум в целом и отдельных граждан в частности.

Влияние средств массовой информации на менталитет социума контрадикторно по своей сути. В определенном смысле средства массовой информации имеют возможность отражать жизнедеятельность социума, формировать коммуникативные процессы, соединяющие отдельных индивидов, социальные сообщества, даже государства, гражданами которых являются представители их аудитории. Средства массовой информации поднимают столь значимые социальные проблемы, как поиск национальной идентичности, социальное неравенство, достижения и провалы внешней и внутренней

политики государств. При этом СМИ задают направление мыслительных процессов представителей своей аудитории, предлагают читателям (зрителям, слушателям) продуманную информационную повестку дня, сформированную таким образом, чтобы манипулировать их сознанием и эмоциями.

Уолтер Липпман в своем труде под названием «Общественное мнение» (1922) в первый раз привел и обосновал ставшее впоследствии необычайно популярным утверждение относительно того, что в основном мироздание непостижимо и, как следствие, не познаваемо собственными силами отдельно взятого индивида. Соответственно, средства массовой информации и их сотрудники обладают практически безграничными возможностями по формированию в массовом сознании неправильных представлений об окружающей действительности, по созданию «квазимира»<sup>138</sup>. В труде американских профессоров психологии Эллиота Аронсона и Энтони Пратканиса, где рассматривается феномен пропаганды, авторы пишут, что, без преувеличения, нас каждый день захлестывают потоки информации, нацеленной на то, чтобы сформировать в нашем сознании определенные убеждения. При этом по большей части для этого используется не система логически выстроенных умозаключений, а влияющие непосредственно на подсознание и глубинные уровни эмоциональной сферы человека символы. Откровенно говоря, средства массовой информации применяют по отношению к своей аудитории манипулятивные технологии<sup>139</sup>.

Социокультурная среда современного общества практически полностью перешла под контроль СМИ, которые отфильтровывают необходимые им, значимые для них (то есть для их владельцев) составляющие из всего многообразия социальной и культурной жизни и акцентируют на них внимание своей аудитории. Средства массовой информации в современном мире с легкостью облагораживают и придают вес одним идеям и столь же легко и непринужденно напрочь обесценивают и высмеивают иные концепции. Именно

---

<sup>138</sup> Липпман У. *Общественное мнение*. М: Институт Фонда «Общественное мнение», С. 127.

<sup>139</sup> Аронсон Э., Пратканис Э.Р. *Эпоха пропаганды. Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление*. СПб.: ПРАЙМ–Еврознак, 2002. С. 211.



их деятельности мы обязаны жесткому противопоставлению различных течений в области современной культуры. Те социальные и культурные явления, которые по разным причинам оказались вне сферы интересов и поля зрения СМИ, можно считать забытыми и утраченными для общества – эти явления никогда не смогут оказать сколько-нибудь значительное воздействие на социум.

Доктор психологических наук Георгий Васильевич Грачев убежден, что манипуляционный потенциал медиасистемы зависит, в первую очередь, от личных интересов сотрудников и владельцев медиа, их субъективных воззрений. Кроме того, манипуляционный потенциал СМИ находится в непосредственной зависимости от политической обстановки в обществе, от уровня накала социальных проблем, от нюансов выстраивания информационной повестки. На него неизбежно прямо либо косвенно влияют определенные социальные институты. Наконец, способность средств массовой информации беззастенчиво манипулировать сознанием своей аудитории обусловлена специфическими чертами их деятельности, среди которых – нравственные установки сотрудников и владельцев (иногда – полное отсутствие подобных установок); приемы, которые применяются в целях постоянного увеличения охвата аудитории: уникальность предлагаемой информации, ее свежесть, сила ее воздействия на эмоциональную сферу реципиента, высокий статус предлагаемых тем либо героев материалов в социуме либо в его конкретной стране<sup>14089</sup>.

На первый взгляд, СМИ предлагают своей аудитории весьма насыщенную и многоплановую новостную повестку. Однако, следует учитывать, что в основном медиасистема предлагает публике новости, имеющие негативное смысловое наполнение. Новостные блоки пестрят сообщениями о техногенных катастрофах, стихийных бедствиях, террористических актах, дорожно-транспортных происшествиях, жестоких преступлениях, уличных беспорядках, нарушениях законодательства, самоубийствах. Каждый день подобные отрицательно заряженные информационные потоки приводят к отравлению

---

<sup>140</sup> Грачев Г.В. Личность и общество: информационно–психологическая безопасность и психологическая защита. М.: ПЕР СЭ, 2003. С. 86.

психологической атмосферы социума, к усвоению аудиторией негативных поведенческих шаблонов. Возрастает уровень агрессивности членов социума, что, соответственно, неминуемо влечет за собой неустойчивость в сфере как межличностных, так и общественных отношений.

Средства массовой информации в настоящее время преимущественно желают достичь верхних строчек рейтингов благодаря завоеванию симпатий широкой публики. Чтобы новость вышла в топ, многие издания не гнушаются передергиванием фактов, выдачей непроверенной информации, искажением причинно-следственных связей, сугубо субъективной интерпретацией объективно имеющего место фактологического материала.

Наблюдается ярко выраженное противоречие: на первый взгляд, под воздействием непрерывного информационного потока, генерируемого различными составляющими медиасистемы, социум в целом и отдельные граждане в частности расширяют свой кругозор, становятся более эрудированными. В то же время, поскольку большая часть новостей негативно влияет на психику среднестатистического человека, в обществе растет градус раздражительности, накаляется психологическая атмосфера. Медиасистема в наши дни на практике полностью заменила межличностную коммуникацию в качестве источника новостей. Соответственно, из процесса получения и усвоения новой информации исчезло диалогическое общение, помогающее противостоять манипулятивным техникам и развивающее навыки критического мышления.

Необходимо отметить, что в большом количестве научных работ в области социологии подчеркивается: в наши дни большая часть членов социума попросту не способна применить навыки критического мышления, логического анализа к информации, поступающей от медиасистем. Сведения, которые индивид получает при чтении новостных лент, в основном попросту «проглатываются», но не «прожевываются» и не «перевариваются».

Существует ли у современной аудитории средств массовой информации свобода информационного выбора? Подобное заблуждение часто встречается у

населения и высокоразвитых, и развивающихся государств. Существует такая иллюзия и в Каталонии, это автономное сообщество отнюдь не является исключением. Однако, это всего-навсего иллюзия. Действительно, на территории Каталонии существует много радиостанций, телевизионных каналов, печатных изданий. При этом ни о каком информационном выборе речь идти попросту не может.

Рядовому жителю Каталонии, который не имеет представления о специфике формирования новостной повестки в СМИ, о конъюнктуре, которой, по сути, подчинена практически вся медиасистема Каталонии, предьявляется тщательно разработанная в интересах политических элит автономного сообщества «квазиреальность», служащая чаяниям правящих кругов региона. Независимая точка зрения какого-либо средства массовой информации в Каталонии является на данный момент слабо представимой. При этом разнообразие и витальная, хлещущая через край энергия информационных потоков настойчиво заставляет неискушенную в хитросплетениях нечистоплотных политических манипуляций аудиторию убедиться в том, что информационный выбор возможен и вполне реален. Так возникает социальный антагонизм, неразрешимое противоречие. Многие представители всех социальных страт Каталонии, искренне и наивно считая свой социум демократическим, а медиасистему – независимой, нуждаются в том, чтобы средства массовой информации предоставляли им разнообразную, многостороннюю, насыщенную, но самое главное – максимально объективную информацию. Тогда они смогли бы выстроить свое политическое кредо, основываясь на объективных, неискаженных данных. В то же время в реальности правящие круги Каталонии продвигают свою точку зрения на сложившуюся ситуацию в СМИ при помощи акцента на якобы настоящей необходимости отделения автономного сообщества от Испании. За любым изданием, хотя бы слегка затрагивающим политическую повестку дня, в Каталонии отчетливо видны цели правящих элит, их настрой, их приоритеты.

Присвоение исключительного права на подачу информации определенным образом, выгодным для кругов, стоящих за каталонской медиасистемой, реализуется в настоящее время при помощи всё более заметной тенденции объединения собственности информационных каналов в руках крупных капиталистов, магнатов, собственников масштабного бизнеса. Разные элементы медиасистемы оказываются под единым руководством. Необходимо отметить, что перед нами – общемировая тенденция.

Французский исследователь в области социологии Пьер Бурдьё подчеркивает, что во всем мире собственники больших корпораций постепенно и уверенно берут под контроль СМИ, объединяя их в медиасистемы и становясь монополистами – поставщиками информации и культуры<sup>14190</sup>.

Напрашивается предположение, что бескомпромиссность большинства каталонских средств массовой информации, проявляемая ими по отношению к проблеме поиска национальной идентичности и по отношению к сепаратистским настроениям, обусловлена не только и не столько скрытыми механизмами влияния со стороны региональных властей, сколько коммерческими отношениями в сфере бизнеса.

Можно прийти к неутешительному выводу относительно того, что каталонские СМИ своей безусловной политической ангажированностью оказывают неблагоприятное воздействие на генерирование взвешенных оценочных умозаключений относительно важных и насущных социальных проблем массовой аудиторией. Соответственно, искажается процесс конструирования сбалансированного общественного мнения в качестве значимого признака правового государства с демократическим строем. Политическая напряженность между Каталонией и Испанией с каждым годом возрастает, что не может не сказываться на ситуации, складывающейся в средствах массовой информации региона со столь ярко выраженной национальной и этнокультурной идентичностью. Кроме того, как мы уже упоминали, в Испании крайне сильна традиция мощной медийной поддержки

---

<sup>141</sup> Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М.: Институт экспериментальной социологии, 2002. С. 92.

политических движений. Повестка дня в региональных СМИ Каталонии традиционно опирается на интересы этого региона, здесь сокращено количество, например, международных и общенациональных политических, экономических и культурных новостей. В медиасистеме Каталонии активно применяются разнообразные речевые стратегии для манипуляции общественным сознанием. Здесь наиболее часто и весьма эффективно применяется примитивная, но действенная стратегия дискредитации инакомыслящих, когда позиция оппонента заведомо рассматривается как позиция некомпетентного чужака, а свои собственные взгляды априори преподносятся как единственно верные.

В средствах массовой информации Каталонии Мадрид и занимаемая им позиция обычно резко противопоставляется «заведомо продуманной и взвешенной» и «единственно верной» позиции каталонских властей. Подобная монополярность подачи материалов указывает на политическую ангажированность подавляющей части медиасистемы Каталонии. В журналистских статьях можно встретить слабо завуалированные и даже прямые угрозы нежелательными последствиями в адрес политических оппонентов, призывы к незамедлительному подчинению точке зрения автора статьи, что указывает на недостаточный уровень профессионализма многих сотрудников каталонских средств массовой информации.

По сути, большинство материалов в СМИ Каталонии, имеющих отношение к поиску регионом национальной идентичности, задуманы и скомпонованы именно так, чтобы эффективно выполнять манипулятивную функцию, при этом авторы данных материалов, естественно, стремятся, по возможности, избегать правовой ответственности за сказанное, прибегая к расплывчатым формулировкам.

Тщательно подвергая анализу тексты каталонских региональных средств массовой информации в рамках аналитики речевых стратегий, относящихся к националистической сепаратистской тенденции, можно прийти к выводу, что журналисты используют довольно-таки «неспортивные» тактические приемы.

Так, в ход идут попытки дискредитировать политических оппонентов, причем любыми, далеко не всегда чисто плотными способами. Образ сторонников как можно более полной автономии Каталонии наделяется заведомо положительными, даже, без преувеличения, идеалистическими характеристиками. Население Каталонии предстает в роли заведомо пострадавшей от политики центра стороны, вызывающей жалость и горячее сочувствие. Беспощадно эксплуатируются эмоции аудитории СМИ, широко используются достаточно дешевые приемы «выжимания слёз» из публики, применяется тактика безапелляционного осуждения оппонентов. Факты истолковываются исключительно в том ключе, который наиболее выгоден для политических устремлений, присущих авторам материалов, публикующихся в средствах массовой информации. Интенсивно применяются агрессивные речевые стратегии, призванные манипулировать общественным сознанием в тех аспектах, которые касаются автономии Каталонии. Раздаются щедрые и при этом достаточно абстрактные обещания, касающиеся немедленного качественного улучшения жизни населения региона в случае полной победы сторонников каталонского национализма.

Всё это, вместе взятое, способствует тому, что большая часть аудитории региональных СМИ попросту перестает объективно оценивать и осознавать происходящие в политической сфере события. Примером стремления к объективности, тем не менее, служит такое влиятельное региональное каталонское издание, как *La Vanguardia*, журналисты которой в своих публикациях стремятся по возможности не обострять сложившуюся в стране ситуацию, освещая столь важный аспект политической жизни Испании, как сепаратизм, с максимальной осторожностью. Естественно, публикации в *La Vanguardia* не носят абсолютно нейтральный характер, но данное средство массовой информации, как минимум, пытается избежать эмоциональной окраски материала, его плоской «плакатной» подачи, ярко выраженных националистических речевых стратегий.

Однако большая часть СМИ Каталонии отличается пристрастием к сепаратистским настроениям, отстаивает идеи достаточно агрессивного утверждения национальной идентичности региона. Наиболее часто встречающийся призыв, предлагающийся в данных изданиях аудитории, звучит так: «Мы нация – и мы хотим свободу». При этом всячески подчеркивается, что регион не является «сепаратистом», напротив, это существующее полноценное автономное государство.

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 таковым) выборных процедур и референдумов, мирных демонстраций.

Мы уже говорили, что причины напряженного поиска и отстаивания национальной идентичности в Каталонии достаточно разнообразны и многоплановы. Здесь сказались, 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: безапелляционные 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 отчисляет 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 незначительна<sup>142</sup>.

Если мы непредвзято сравним систему регионального финансирования, принятую в Испании, с аналогичными системами Великобритании, Соединенных Штатов Америки, Австралии, Канады, нам тоже не придется говорить о нарочитом пренебрежении Мадрида Каталонией в финансовом аспекте. При этом следует отметить, что системе финансовых отношений между центром и регионами в Испании не помешала бы модернизация – данная система действительно характеризуется непрозрачностью, что и дает обильную пищу для рискованных спекуляций на эту животрепещущую для стремящихся к

---

<sup>142</sup> Хенкин С.М. Сепаратизм по-каталонски // Мировая экономика и международные отношения. 2018. Т. 62. № 5. С. 32.



независимости регионов тему в СМИ. Нередки и инциденты, где проявляются злоупотребления со стороны властей, естественно, тоже сразу привлекающие повышенное негативное внимание журналистов<sup>143</sup>.

Нередко в региональных изданиях Каталонии в процессе обсуждения вышеупомянутой проблемы в качестве примера с торжеством приводится схема финансовых отношений, сложившихся у Мадрида со Страной Басков и Наваррой. Это так называемые *conciertos economicos*, которые были обусловлены самим ходом испанской истории и закрепились в законодательстве испанского государства еще в 1876 году. Действительно, в соответствии с данной схемой, львиная доля собранных в регионе налогов предоставляется в полное распоряжение местных властных структур. Националисты и вслед за ними многие средства массовой информации Каталонии предлагают использовать точно такой же подход и при сборе налогов в их регионе, но это будет практически невозможно воплотить на практике. Дело в том, что налоговые отчисления Каталонии в бюджет государства во много раз превышают аналогичные отчисления, поступающие из Страны Басков и Наварры. Этот факт объясняется просто – Каталония значительно гуще населена, поэтому, если налоги из этого региона перестанут поступать в государственный бюджет Испании, экономика страны в целом может сильно пошатнуться. Испания не располагает такими финансовыми возможностями, чтобы восполнить утраты от предоставления такому богатому и густонаселенному региону практически полной независимости в финансовом аспекте.

Однако, следует учитывать, что, действительно, стремление Каталонии к полной автономии основано на прочной экономической базе региона. Ведущие политические игроки Каталонии настроены решительно, при этом, как известно, хотя 27 октября 2017 года власти автономного сообщества в одностороннем порядке провозгласили независимость от Испании и

---

<sup>143</sup> Бурдые П. О телевидении и журналистике. М.: Институт экспериментальной социологии, 2002. С. 92.

продекларировали образование Каталонской Республики, это не было признано правительством Испании.

### **3.3. Манипуляции в средствах массовой информации**

Манипуляция, то есть форма психологического влияния, направленная на трансформацию системы ценностей и представлений, а также поведенческих паттернов индивида, является одной из наиболее глобальных и злободневных повесток в современных медиа. При этом манипулятор действует таким образом, чтобы его воздействие на индивида оставалось скрытым, незаметным, в идеале – абсолютно недоказуемым. Жертва манипуляции не должна осознавать, что подвергается целенаправленному воздействию извне.

Выражения, чаще всего используемые для описания процесса манипуляции, обычно имеют негативную эмоциональную окраску – «тайно», «обман», «принуждение», «оболванивание», «заблуждение», «махинация» и так далее. Манипуляция обычно означает неприятные, а иногда и оканчивающиеся летальным исходом последствия для жертв манипулятора<sup>144</sup>.

Ярким примером крайне опасной манипуляции могут стать речи А. Гитлера, который внушал немецкому народу идеи расового превосходства и антисемитские убеждения. Еще один пример, не менее страшный по своей сути, хотя и гораздо менее значительный по масштабам, – это трагедия, которую спровоцировал в 1978 году в Соединенных Штатах Америки основатель секты «Храм народов» Джим Джонс, убедивший своих прихожан совершить коллективное самоубийство. Погибли 916 человек, включая организатора, из которых 216 были несовершеннолетними.

В то же время следует признать, что манипулятивные приемы и техники от начала времен используются в педагогике, в процессе социализации подрастающего поколения. К манипуляции прибегают директора отдельных

---

<sup>144</sup> Горина Е.В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности: учебно-методическое пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. 67 с. Горина Е.В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности: учебно-методическое пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. С. 5.

предприятий, главы некоторых организаций, стремясь повысить эффективность действий работников, вовлечь их в производственное соревнование<sup>145</sup>.

Отличительная черта любой манипуляции, в каких бы целях она ни совершалась – тот факт, что манипулятор неизменно создает для объекта своих действий цели и устремления, изначально ему либо совершенно не свойственные, либо свойственные в крайне незначительной степени. В то же время манипулятор конструирует у жертвы ложное представление относительно ее независимости. Индивид, подвергающийся манипуляции, обычно даже не догадывается, что его решения выработаны под мощным давлением и тайным влиянием чужой и зачастую недоброжелательной воли. Данному давлению именно потому практически невозможно противиться, что на сознательном уровне психика его попросту не отслеживает.

Обычно жертва манипуляции полностью убеждена, что все ее решения – результат ее собственных умозаключений и анализа ситуации, как минимум – итог ее собственных спонтанных эмоциональных реакций. Человек, подвергшийся воздействию умелого манипулятора, продолжает принимать ответственность за все свои решения исключительно на себя.

Манипуляцию нередко рассматривают в качестве формы влияния, но при этом следует учитывать, что процесс манипулирования многоаспектен, в него входят такие процессы, как процесс воздействия, внушения, процесс убеждения, процесс подчинения, процесс руководства, процесс контролирования<sup>146</sup>. Любая манипуляция может быть охарактеризована как разновидность воздействия на индивида, но далеко не все разновидности воздействия подпадают под определение манипуляции.

Манипуляция – такая форма влияния на когнитивную и эмоциональную сферы психики индивида, которая не осмысливается при помощи рассудка и побуждает совершать поступки (делать умозаключения, испытывать чувства),

---

<sup>145</sup> Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: ЧеРо, 2000. С. 15.

<sup>146</sup> Горина Е.В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности: учебно-методическое пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. 67 с. Горина Е.В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности: учебно-методическое пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. С. 6.

выгодные для манипулятора и не имеющие отношения к реально существующим потребностям и стремлениям его жертвы, а, возможно, в значительной степени мешающие их осуществлению. Повторим: манипулятор целенаправленно воздействует на рассудок и эмоциональную сферу индивида, причем совершает это скрыто, маскируясь. Сущность манипуляции – побуждение другого человека к совершению каких-либо действий. Даже оперируя чувствами, эмоциями, в конечном счете манипулятор провоцирует свою жертву на реализацию поступка. Манипуляция – в некотором смысле программирование, «зомбирование», этот процесс обычно вполне сознательно выстроен и упорядочен манипулятором, особенно если перед нами опытный манипулятор, который действует согласно четкому и проверенному плану.

Целенаправленность процесса манипулирования обуславливает подразделение манипуляций как таковых на первичные и вторичные.

К так называемым первичным манипуляциям относятся запланированные акты, имеющие заказчика и исполнителя, причем обе эти фигуры осознают и задачи манипуляции, и технические нюансы ее воплощения в жизнь. Вторичная манипуляция является своего рода итогом первичной, ее закономерным последствием. Манипуляция такого типа реализуется исполнителем, но не рассматривается им в качестве манипулятивного приема. По сути, это трансляция манипулятивного содержания самими жертвами первичного манипуляционного процесса. Например, это пересказ статьи в печатном издании, перепост в социальной сети в интернет-пространстве. Вторичные манипуляции осуществляют люди, которые уже попались на удочку манипулятора и начали транслировать его идеи, которые они уже воспринимают как свои собственные, выстраданные лично ими.

Манипуляция, реализующаяся в целях создания «заказанного» общественного мнения либо корректировки уже существующего общественного мнения, обычно осуществляется при помощи ресурсов средств массовой информации. Люди с активной гражданской позицией, высоким моральным уровнем, но не слишком искушенные в манипулятивных приемах,

принимают любые высказывания в средствах массовой информации за чистую монету и начинают активно участвовать в многочисленных дискуссиях в социальных сетях, защищая навязанные им извне в ходе первичной манипуляции установки. Члены социума, которые подверглись первичной манипуляции, служат своего рода фундаментом для конструирования развернутой манипулятивной идеи, трамплином, нужным для проникновения данной идеи в умы и сердца как можно более широкой аудитории. В этом случае истинно заинтересованные в успехе манипуляции силы закономерно получают желаемое.

Средства массовой информации предназначены для того, чтобы охватывать своим воздействием как можно более широкую аудиторию. В идеале медиасистема охватывает все без исключения социальные страты – во всех из них есть представители, которые привыкли доверять ей и считать сведения, полученные благодаря медиасистеме, истиной в последней инстанции. Соответственно, СМИ можно рассматривать как подходящего исполнителя заказов, касающихся манипуляции общественным сознанием, столь необходимой политическим деятелям и экономическим магнатам в борьбе за власть.

Американский медиакритик, социолог, писатель и ученый Герберт Шиллер в работе под красноречивым названием «Манипуляторы сознанием» детально рассматривает коммуникацию между средствами массовой информации и их аудиторией, реализуемую в манипулятивном ключе. Исследователь развенчивает несколько распространенных заблуждений относительно манипуляций в медиасфере.

Первое из них – это заблуждение относительно нейтральной, взвешенной и объективной точки зрения СМИ. Действительно, многие издания заявляют, что просто выполняют задачу по предоставлению своей аудитории сведений о событиях, фактах, происшествиях, общественных противоречиях. Однако в то же время средства массовой информации регулярно «бомбардируют» читателя (зрителя, слушателя) новостями с ярко выраженным отрицательным

компонентом, содержание которых в конечном счёте сводится к трагедиям. Таким образом, настрой аудитории, по сути, легко можно предсказать и умело регулировать психологический климат в социуме, то повышая, то понижая градус напряжения, тревожности и агрессивности. Несложно внушать аудитории и «должные», «единственно правильные» оценки событий, о которых идет речь в новостной ленте. Новость может быть подана сколь угодно сухо и лаконично, но умелый подбор лексики, даже выбор знаков пунктуации, могут развернуть отношение аудитории к случившемуся буквально в диаметрально противоположном направлении, а также вдохновить публику на определенные, иногда весьма и весьма решительные действия<sup>147</sup>.

Герберт Шиллер также разоблачает представление о том, что в медиасфере существуют такие явления, как индивидуализм и свобода личного выбора. Действительно, мы уже упоминали о том, что средства массовой информации охотно подчеркивают, что любой член социума может выбрать для себя телеканал (радиостанцию, печатное издание, новостной портал в интернете) по душе, и это средство массовой информации будет соответствовать его политическим убеждениям, гражданской позиции, эстетическим установкам. При этом в действительности СМИ пытаются соответствовать ожиданиям как можно более широкой аудитории, привлекая новых и новых потребителей своего контента посредством запуска новых рубрик, тематических передач и разделов, остроумных и спорных авторских колонок. Издания освещают и обладающие поистине общенациональной значимостью, касающиеся практически всех членов социума проблемы и вопросы, актуальные для гораздо более узких кругов населения, но при этом неизменно представляющие интерес для представителей вышеупомянутых кругов. Их аудитория по большей части считает, что обладает неотъемлемым и бесспорным правом выбора контента, но, если непредвзято посмотреть на ситуацию в медиасфере, потребители продукта, который предлагают СМИ, не выбирают, а берут то, что им навязывают.

---

<sup>147</sup> Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Прогресс, 1980. С. 43.

Еще одно заблуждение, с которым приходится попрощаться, когда мы начинаем всерьез исследовать манипулятивные техники средств массовой информации – это заблуждение относительно человеческой природы. Герберт Шиллер убежден, что насилие и жестокость, которые отражает медиасистема, – следствие врожденной тяги практически каждого представителя рода человеческого к переживанию и даже смакованию сильных негативных эмоций – злости, тревоги, страха. Получается, что средства массовой информации попросту идут на поводу у общества, показывая людям то, что они желают увидеть.

Распространено также заблуждение относительно плюрализма, якобы процветающего в большинстве СМИ. Те традиционно настаивают на том, что они не зависят ни от политических партий, ни от влиятельных корпораций, сохраняют нейтралитет, соответственно, аудитория может и даже должна испытывать по отношению к ним абсолютное доверие и предполагать, что ей будет предоставлена объективная информация, свободная от каких бы то ни было конъюнктурных соображений. Это, как уже объяснялось выше, является глубочайшим заблуждением.

Многие исследователи в сфере социальных наук рассматривают СМИ в качестве сверхдейственного инструмента манипуляции, стоящего на службе пропагандистов всех мастей и калибров. Отечественный исследователь, политик и публицист С.Г. Кара-Мурза писал: «ТВ обладает свойством устранять из событий правду»<sup>148</sup>.

Процесс манипуляции, реализуемый при помощи средств массовой информации, обладает своими специфическими характеристиками. Средства массовой информации активно затягивают свою аудиторию в манипулирование (уже упомянутая выше так называемая вторичная манипуляция). Читатели печатных изданий и аудитория телевизионных каналов на самом деле распространяют в своем окружении информацию, в которую заложен манипулятивный заряд. Кроме того, в наши дни СМИ обладают потенциалом,

---

<sup>148</sup> Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. Век XXI. М.: Алгоритм, 2015. С. 132.

благодаря которому они способны охватывать своими техническими манипулятивными приемами едва ли не безграничную аудиторию. Масштабы манипулятивного воздействия медиасистемы на социум в целом и отдельные его страты в частности поистине фантастически широки.

Следует также учитывать, что получение информации из определенных средств массовой информации очень быстро входит у среднестатистического человека в привычку – и вот мы уже буквально не в состоянии представить утро без любимого новостного портала во «всемирной паутине» или вечер за чашкой чая без свежей газеты или очередного выпуска новостей на уже ставшем родным телевизионном канале. Чемпион по скорости формирования зависимости, по мнению многих исследователей – это новые медиа, находящиеся в интернете, на пятки им наступает телевидение. Постоянные зрители телевизионных программ и потребители новостного контента в интернете, можно сказать, зависимы от очередной порции информации, и не получив ее по какой-либо причине в определенное время, начинают испытывать самую настоящую депривацию, у них наблюдается абстинентный синдром, и это не преувеличение. Здесь наблюдается весьма благоприятная почва для самых разных, в том числе и крайне опасных манипуляций сознанием потребителя информационного контента.

Телевизионные передачи и видеоролики, размещенные на новостных порталах в интернете, служат катализатором для возбуждения правого полушария человеческого мозга, управляющего образным мышлением. Мозг телезрителя (как и мозг потребителя видеопродукции) отмечает содержание отдельно взятых кадров и, исходя из них, формирует картину происходящего. Одновременно замедляется активность левого полушария человеческого мозга, благодаря деятельности которого возможно логическое мышление. Соответственно, резко снижается критичность восприятия предлагаемой телеканалом или интернет-порталом информации<sup>149</sup>.

---

<sup>149</sup> Сахарный Л.В. Введение в психоллингвистику. Л.: Изд-во Ленингр.ун-та, 1989. С. 27.



Следует принять во внимание, что у детей и подростков, а также отдельных граждан взрослого возраста активность левого полушария головного мозга значительно снижена. Это означает, что данные категории людей легко поддаются манипуляциям. Противостоять манипулятивным техникам возможно лишь в том случае, если целенаправленно выработать привычку использовать критическое мышление по отношению к видеоряду. Все увиденные образы необходимо вербализовать, тогда активизируется левое полушарие головного мозга. В процессе вербализации станут хорошо заметны скрытые до этого, в процессе просмотра видеоряда, нарушения и искажения линейной логики, несоответствия, фальшь, легковесность аргументов.

Манипулятивные техники и приемы, широко используемые телеканалами, это, во-первых, фальсификация фактического материала. Манипуляция осуществляется посредством иногда микроскопических расхождений с истиной, которые происходят в ходе преподнесения якобы строго фактического, объективного материала аудитории телеканала<sup>150</sup>.

Во-вторых, манипуляция эффективно осуществляется посредством целенаправленного подбора реальных фактов, предназначенных для аудитории телеканала. Здесь обычно разрешается получение аудиторией или ее отдельными представителями информации из источников, придерживающихся иного мнения, однако, подобные источники обычно на самом деле находятся под жесточайшим контролем и должны никогда не расширять диапазон вещания. Применяется и такой метод, как «демократия шума» – мешающая манипуляторам информация теряется в потоке другой информации<sup>151</sup>.

Немецкий специалист в области делового консалтинга Карстен Бредемайер в своем исследовании отмечает, что немаловажная составляющая стратегии манипулирования, которой часто и весьма успешно пользуются средства массовой информации – это привлечение внимания аудитории к

---

<sup>150</sup> Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. Век XXI. М.: Алгоритм, 2015. С. 488.

<sup>151</sup> Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. Век XXI. М.: Алгоритм, 2015. С. 489.

незначительным явлениям, призванным отвлекать общественное мнение от реально имеющих значение проблем<sup>152</sup>.

В-третьих, существует так называемая «черная» информация. С точки зрения психологии средства массовой информации, как будто силы противника, в буквальном смысле этого слова атакуют сознание своей аудитории, при этом целенаправленно воздействуя на умозаключения, эмоциональную сферу, действия населения. Задача подобной атаки – разрушение государственной системы и общественных институтов, влекущий за собой распад национальной идентичности. Соответственно, в итоге государство утрачивает свои защитные функции и, как следствие, лишается авторитета у широких народных масс. Теперь такое государство могут с легкостью захватить противники, причем уже не в ноосфере, а на физическом плане. Телеканалы способны очень быстро, посредством вброса такой «черной», содержащей умело подобранные негативные факты информации, разложить общественное сознание и посеять хаос в стране.

В-четвертых, телеканалы преследуют, не афишируя ее при этом, цель оболванивания, «зомбирования» населения. В-пятых, телеканалы эффективно воздействуют на сознание своей аудитории, многократно повторяя на разные лады одну и ту же информацию. При этом информация преподносится таким образом, чтобы как можно в большей степени соответствовать расхожим стереотипам, уже заведомо укоренившимся в менталитете людей. Вся информация, даже спорная, транслируется в виде непререкаемых истин, с утвердительными интонациями, как будто не может существовать ни малейшего сомнения относительно картинки, предлагаемой телеканалом аудитории. Утвердительная уверенная интонация заведомо отвергает самую малую возможность споров и дискуссий. Для менталитета нашего современника характерен так называемый мозаичный тип культуры. Средства массовой информации способствуют развитию подобного типа мышления, внедряют в менталитет своей аудитории шаблоны на все случаи жизни, отучают людей

---

<sup>152</sup> Бредемайер К. Черная риторика: Власть и магия слова. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. С. 18.

применять логическое мышление и критически анализировать получаемые ими сведения. Многократно тиражируемая телеканалами информация проникает в глубинные слои бессознательного, где формируются основания для дальнейшей активности индивида, а также направления данной активности. Избыточное, навязчивое повторение информации приводит к тому, что когнитивные процессы замедляются, ослабляется критичность мышления и любая предлагаемая индивиду информация почти в неизменном виде усваивается подсознанием.

В-шестых, телеканалы с успехом используют такие приемы манипуляции, как деление информации на небольшие сегменты и высокая скорость ее передачи. Информация разделяется на частички, которые аудитории нелегко соединить в логически верную картину, чтобы объективно рассмотреть обсуждаемый вопрос. Поэтому телевизионные передачи столь часто прерываются рекламными блоками, которые отвлекают аудиторию от острых вопросов и снижают накал зрительских страстей, а также значительно уменьшают степень критичности мышления телезрителей.

Искусственно организованное расчленение единого смыслового сегмента информационного потока способно попросту уничтожить саму суть данной информации либо фатально ее исказить, если зритель отвлечет свое внимание от телеэкрана и не увидит продолжения или окончания предлагаемой ему новости.

В-седьмых, существует такая действенная техника манипуляции, как тривиализация или упрощение, сведение любой проблемы до уровня стереотипных представлений о ее сути. Данная техника обусловлена мозаичностью культурного поля. Менталитет современной широкой аудитории средств массовой информации сформирован медиасистемой, а медиасистема обслуживает интересы широких масс. Чем шире аудитория, тем более плоским, шаблонным, предельно упрощенным языком вынуждены пользоваться средства массовой информации. Определенный регламент исключает уникальность и сложность информационных блоков, так как, по мнению владельцев

медиа-систем, типичный потребитель медиапродукции не в состоянии воспринимать сколько-нибудь сложную, не упрощенную информацию, особенно если излагается несколько различных точек зрения относительно какой-либо проблемы. Соответственно, вся информация, которую продуцируют СМИ, обязана оставаться в узких рамках шаблонов, чтобы аудитория могла ее усвоить без малейшего интеллектуального усилия и использования критического мышления.

Еще одна распространенная манипулятивная техника – это использование сенсаций, то есть таких новостей, которые производят на аудиторию заведомо сильное, волнующее впечатление, практически никого не оставляют равнодушным. В действительности ли имело место подобное сенсационное происшествие или это так называемый фейк (подделка, «утка») – не столь важно, главное, чтобы была достигнута цель манипулятора, заключающаяся в гарантированном отвлечении внимания аудитории от какого-либо иного, не столь яркого, но зачастую объективно гораздо более значимого информационного повода. Подобная «сенсационная» атака на сознание аудитории обычно призвана сохранять в социуме повышенную степень тревожности. Фоновая тревожность усиливает гипнабельность аудитории и подавляет способность к логическому анализу аргументов.

Подчеркнутая эмоциональность в подаче сенсационного материала формирует вокруг события определенный ореол, который закономерно приводит к аберрации объективного взгляда на происходящее.

Эффективной манипулятивной техникой выступает подмена смыслового содержания слов и фраз. Манипуляторы трактуют речь людей, как им заблагорассудится, соответственно, трансформируется и контекст, иногда весьма значительно. Это влечет за собой подтасовку смыслов и понятий.

Существуют «классические» манипулятивные приемы, которыми охотно пользуются практически все средства массовой информации, не только телеканалы. Это, например, использование так называемых «слов-амёб», то есть слов, значение которых расплывчато и нечетко. Слово как смысловая

единица несет огромную нагрузку, поэтому для сотрудников средств массовой информации столь важно умение подбирать самые точные слова и выражения, наиболее соответствующие их конкретной задаче. Слово в качестве инструмента влияния на широкую аудиторию требует к себе бережного и беспристрастного отношения.

Норвежский исследователь в области лингвистики Рольв Миккель Блакар, рассматривавший язык в качестве инструмента социальной власти, подчеркивал, что манипуляторы используют язык для затемнения и искажения смыслов, чтобы не допустить создания у аудитории объективного и взвешенного представления относительно какой-либо проблемы<sup>153</sup>.

Манипулирование при помощи слов-амёб – это употребление отдельных слов и целых выражений, трактовка которых туманна. Аудитория не в состоянии понять, что конкретно означает подобное слово, смысл его весьма приблизителен, слово или фраза допускают одновременно несколько толкований. В сознании человека, который слышит либо видит такое слово, не формируется сколько-нибудь стабильного представления, не возникает ассоциативная цепочка. Часто слова-амёбы – это слова, взятые из иностранных языков, либо слова русского языка, но с крайне расплывчатым семантическим значением. Подобные слова и выражения не имеют ничего общего с конкретными жизненными реалиями и обстоятельствами, хорошо знакомыми аудитории, они применяются целенаправленно и сознательно, чтобы манипулировать восприятием людей.

«Слова-амёбы» не обусловлены реальными обстоятельствами и могут использоваться применительно ко всем областям человеческой жизнедеятельности. Значимая характерная черта подобных слов – псевдонаучность. Столкнувшись с неизвестным словом иностранного происхождения, аудитория считает, что предлагаемый ее вниманию текст исходит от высокообразованного человека, обладающего неким высшим

---

<sup>153</sup> Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. М.: Прогресс, 1987. С. 133.

знанием, недоступным обыкновенным людям. Таким образом, влияние содержащего такие слова текста на аудиторию многократно усиливается.

Советский и российский лингвист-русист, доктор филологических наук В.Г. Костомаров считает использование таких слов и выражений желанием сделать свою речь как можно более «книжной», изощренной. Постепенно «слова-амёбы» входят в речевой оборот, гарантируя тому, кто ими пользуется, уважение и одобрение аудитории<sup>154</sup>.

«Слова-амёбы» делают информацию многозначной. Воспринимающий подобную информацию человек ощущает, что он понял нечто, при этом наиболее значимая часть информации, ее суть остается «за кадром». Русские слова, объединенные в значительные по размеру однокорневые гнезда и обладающие стабильными сопутствующими значениями языковых единиц, всё чаще вытесняются иностранными словами либо современными «новоязовскими» выражениями. Эта, к сожалению, набирающая мощь тенденция в отечественных средствах массовой информации приобрела пугающий масштаб, так что уже можно утверждать, что имеет место феномен, известный, как «семантический террор». Нередко формируются абсолютно чуждые, неуклюжие и абсурдные с точки зрения правил русского языка речевые конструкты, отталкивающие аудиторию уже самим своим звучанием.

Нередко «слова-амёбы» попросту парализуют способность аудитории критически мыслить, поскольку автоматически и как бы исподволь отвлекают ее внимание от сущности обсуждаемой в средствах массовой информации проблемы благодаря семантической многозначности.

В СМИ широко применяются и такие манипулятивные приемы, как контраст и обобщение. Если в одном и том же тексте намеренно и умело представить явно контрастную информацию, легко можно нанести репутационный урон какой-то публичной личности, организации или структуре. В то же время полярность предлагаемой информации способна придать какому-либо персонажу или явлению загадочность, соблазнительную

---

<sup>154</sup> Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений за языковой практикой массмедиа. М.: Педагогика-Пресс, 1994. С. 145.

таинственность, наделять притягательной силой. Одним словом, этот прием безошибочно воздействует на эмоциональную сферу аудитории. Противопоставление нередко формируется посредством умело подобранного визуального ряда. Выразительные, затрагивающие эмоциональную сферу человека, воздействующие за счет существования в человеческой психике так называемых архетипов фотографии и рисунки могут вызвать как отвращение, так и горячую симпатию к тому явлению или персонажу, о которых идет речь в материале.

Контраст привлекателен для широких масс тем, что «приглашает» не анализировать, не вдумываться, предлагает заведомую очевидность, успокоительность черно-белого, простого, понятного мира. Манипуляция заключается в том, что после созерцания подборки контрастных изображений несложно прийти к выводам – тем, которые потребовались манипулятору – и чистосердечно считать их своими собственными, выстраданными умозаключениями. При этом, в тот момент, когда аудитории предлагается соответствующий визуальный ряд, наглядно иллюстрирующий желаемую для манипулятора позицию по какому-либо вопросу, аудитория, как правило, не владеет такими сведениями, которые позволили бы ей не сомневаться в истинности собственных умозаключений.

Манипулятивное воздействие обусловлено также и тем, что аудитория современных средств массовой информации не располагает достаточным количеством времени и ресурсов, чтобы анализировать, в какой степени контрастирующие друг с другом фотографии можно в принципе сопоставлять.

Действенен и такой манипулятивный прием, как подмена понятий. Это умение выдать одно понятие за иное, подменить понятие (обычно сузить), чтобы трансформировать контекст, спровоцировать желаемые для манипулятора эмоции, поменять оценку какого-либо лица или явления.

Критика тоже обладает немалым манипулятивным воздействием в умелых руках профессионального манипулятора, использующего для влияния на аудиторию средства массовой информации. Настойчивое акцентирование

внимания на негативных аспектах какого-либо явления, целенаправленное выявление негатива – подобные действия манипулятивны, так как негатив заведомо притягивает внимание аудитории. Критические высказывания часто не сразу предлагаются читателям, зрителям или слушателям в полном объеме. Нередко часть негатива «придерживается» до поры до времени, особенно если человек или явление, которых нужно опорочить, до этого не подвергались критическому анализу и не имеют действительно бросающихся в глаза крупных недостатков. Чтобы манипуляция была более успешной и объект, репутацию которого необходимо уничтожить, как можно дольше оставался опороченным в глазах общественности, критика сначала выдается небольшими строго дозированными порциями, которые поэтапно увеличиваются и критика как таковая становится все более и более жесткой и беспощадной. Этот процесс обычно реализуется манипулятором, который обязательно принимает во внимание обратную связь с аудиторией средств массовой информации. После того, как люди безропотно и бездумно «проглотили» порцию критически заряженного материала, объем критичности следующего подобного материала, соответственно, возрастает. Для манипуляции идеально, когда сам персонаж, репутацию которого надо уничтожить, в действительности произносит фразу, которую можно толковать двояко. Разумеется, такая фраза будет тут же с успехом использована против того, кто ее опрометчиво произнес.

Манипуляторы нередко прибегают к так называемому обращению к идентичности, в том числе к национальной идентичности. Манипулировать индивидом (а если речь идет о национальной идентичности – и целым социумом) можно и на ранних стадиях формирования идентичности, и после того, как данный процесс формирования успешно завершен. Манипуляторы особенно часто пользуются тем этапом, когда отдельный индивид отождествляет себя с социальным сообществом, не столь важно, с каким именно. Это может быть и трудовой коллектив, и население деревни или города, и люди, с которыми человек учился в школе или вузе, и профессиональное сообщество, и какое-либо меньшинство. Реклама нередко использует



идентичность в своих целях, подчеркивая собственную направленность на определенную группу людей. Когда средства массовой информации обращаются к идентичности, это сплачивает их аудиторию, дает индивидам возможность почувствовать себя частицей какого-то сообщества, то есть ощутить себя востребованными, защищенными. В то же время идентичность не отменяет того, что каждый член сообщества обладает своими специфическими характеристиками.

Манипуляция, реализуемая посредством столкновения смыслов, основана на том, что на наших современников обычно воздействует сразу несколько мощных информационных потоков. Исследователи в областях психологии и социальных наук подчеркивают высокий уровень эмоциональности среднестатистического индивида, который обусловлен переизбытком информации, предлагаемой ему ежедневно и ежечасно. Аудитория современных средств массовой информации отличается повышенной нервозностью, агрессивностью, далеким от идеала физическим состоянием, различными зависимостями (табакокурение, интернет-зависимость, компульсивное переедание)<sup>155</sup>.

Медиапространство содержит огромное количество аспектов, от политического и экономического до бытового и развлекательного. Любая тема в средствах массовой информации, как правило, освещается и раскрывается в отдельно взятом материале, но в целях манипуляции используется такой хитрый прием, как конструирование многоаспектного в тематическом отношении материала. Сущность данного действенного манипулятивного приема заключается в том, что темы пересекаются, переплетаются, перемешиваются их смыслы. Политическая реклама, например, может скрываться за невинным на первый взгляд поздравлением политиком населения с какой-либо праздничной датой. Здесь важно то, что какой-либо один из нескольких смыслов завуалирован, скрыт от широкой аудитории и доступен только пытливому

---

<sup>155</sup> Бабаева Ю.Д. Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете. М.: Терра-Можайск, 2000. С. 20.

критическому уму. Такой манипулятивный прием носит название когнитивного столкновения<sup>156</sup>.

Обман – метод трансформации сознания индивида, выступающего в качестве жертвы обмана, способ получить выгоду без трудозатрат<sup>157</sup>. В средствах массовой информации применяются различные формы обмана аудитории. Например, это аберрация информации, преподносимая в качестве изложения сведений для компетентного читателя (зрителя, слушателя). Широким массам та же самая информация преподносится в упрощенной форме, но в специализированных средствах массовой информации материал становится более сложным, изобилует специальными терминами, поскольку предназначается для специалистов, глубоко разбирающихся в данной конкретной теме. Нарочитое усложнение материала является манипулятивным приемом, так как подобный материал способна воспринять лишь закономерно небольшая часть аудитории средств массовой информации.

Те нередко злоупотребляют таким, в сущности, тоже манипулятивным приемом, как создание иллюзии сиюминутности событий, о которых рассказывается аудитории. В наши дни существуют технологии, которые формируют эффект непосредственного присутствия аудитории на месте событий. Поскольку аудитории кажется, что всё, о чем ей рассказывают, происходит «здесь и сейчас», реализуется манипулирование чувствами зрителя, которого заставляют практически в режиме реального времени проживать определенные события, нередко негативно окрашенные и даже трагические и шокирующие.

Журналисты нередко берут на себя роль экспертов в какой-либо теме, хотя совершенно таковыми не являются. Уважаемые авторитеты бывают задействованы в обсуждении злободневного вопроса лишь для того, чтобы «протащить» в эфир выгодную манипулятору точку зрения.

---

<sup>156</sup> Горина Е.В., Лазарева Э.А. Когнитивное взаимодействие и когнитивное столкновение в Интернете // Известия Уральского федерального университета. 2013. № 1 (110). С. 50.

<sup>157</sup> Щербатых Ю. Искусство обмана: популярная энциклопедия. М.: Эксмо, 2005. С. 15.

Институт анализа пропаганды, основанный в Соединенных Штатах Америки в 1930-х годах, предложил так называемую «азбуку пропаганды», предполагающую предоставление аудитории заведомо не соответствующей действительности информации. Задача подобной пропаганды – успешное манипулирование общественным мнением и мнением отдельно взятых индивидов. Среди самых эффективных приемов, которые упоминаются в этой «азбуке пропаганды» – примитивное, но от этого ничуть не менее действенное наклеивание ярлыков без приведения конкретных доказательств. Ярлык призван отталкивать аудиторию от какого-либо лица или явления. Еще один подобный прием – тоже своего рода наклеивание ярлыков, но положительно окрашенных, когда аудитория просто обязана принять на веру, что некий гражданин безусловно добродетелен, а некий феномен однозначно благоприятен. Доказательствами манипулятор себя, естественно, не утруждает.

Еще один излюбленный прием манипуляторов, широко распространенный в средствах массовой информации – это перенос. В этом случае харизма, статус индивида переносятся на некую концепцию, которую он транслирует. Соответственно, аудитория воспринимает эту концепцию либо с восторгом, либо с отвращением, в зависимости от отношения к индивиду, который озвучивает данную концепцию. Подобный манипулятивный прием нередко используется в сфере рекламы, когда красота кинозвезды, респектабельность политического деятеля, талант актера ассоциируются с приобретением определенных товаров и услуг.

Манипуляторы прибегают и к такому приему, как популизм – риторика, апеллирующая к широким народным массам. Средства массовой информации начинают высказываться как бы от имени простого народа, «своих в доску» персонажей, произвольно вызывая доверие у широкой аудитории, не обремененной высшим образованием и развитым критическим мышлением. «Свойские», «простые» средства массовой информации по умолчанию воспринимаются аудиторией в качестве честных и справедливых, защищающих интересы обычных граждан.

К сожалению, СМИ не гнушаются и фальсификацией, подтасовкой фактов, то есть откровенно непорядочными, нечестными манипулятивными приемами. Употребляются как соответствующие законам логики, так и совершенно алогичные умозаключения, в ход идет всё, чтобы убедить аудиторию в собственной правоте и дискредитировать противоположную точку зрения.

Еще один манипулятивный прием – использование так называемой «общей платформы», когда индивиду внушается, что вся его референтная группа (соседи, друзья, родственники, коллеги по работе) придерживаются определенной точки зрения, определенных политических взглядов, поэтому ему тоже жизненно необходимо, чтобы не отстать от значимых людей, начать исповедовать именно такие убеждения.

Если внимательно рассмотреть случаи прямого обмана в средствах массовой информации, можно выделить следующие формы лжи:

А) Параноидальная форма лжи. Складывается впечатление, что определенное средство массовой информации словно исповедует какую-либо навязчивую, буквально преследующую его сотрудников идею, которая не зависит от содержания конкретных, отдельно взятых материалов. Данная концепция, поработившая авторов материалов, закономерно влияет и на аудиторию. Ярким примером может служить теория заговора. Например, если СМИ убеждает аудиторию в том, что существует заговор против его государства, все события и факты, которые освещаются в материалах, «подверстываются» к концепции заговора и освещаются и трактуются исключительно с этой точки зрения.

Б) Работа на определенную политическую партию или движение. Средства массовой информации способны практически не лгать, однако, тенденциозный подбор фактов делает свое дело в том, что касается эффективной пропаганды определенных идей.

В) Обман, который призван уничтожить репутацию человека или политической партии (движения). СМИ могут тиражировать априори неверные

сведения, апеллируя при этом к тезаурусу и устоявшейся системе взглядов собственной аудитории. Публикуя подобный обман, призванный подорвать репутацию актора на политической арене, они нередко ссылаются на некий безымянный, глубоко секретный источник.

Средства массовой информации редко могут себе позволить абсолютную свободу, поскольку в большинстве своем зависят в экономическом аспекте от государственных структур, разнообразных политических партий и движений, финансовых и промышленных корпораций. Соответственно, они попросту обречены оставаться рупором вышеупомянутых политических и экономических сил. В лучшем случае в социуме возможно одновременное существование двух равных по силе соревнующихся между собой акторов, например, государственных структур и финансовых магнатов, которые посредством СМИ будут транслировать широким массам правдивые сведения относительно деятельности своего конкурента<sup>158</sup>.

Один из наиболее характерных признаков их обмана заключается в том, что данный обман как таковой осуществляется задолго до того момента, как сотрудник медиасистемы создаст материал, содержащий заведомо ложную информацию. Обман задумывается и генерируется как до, так и непосредственно в момент создания соответствующего материала. Деформация сведений, предлагаемых аудитории, происходит в тот момент, когда политический актор, под чьим неусыпным контролем находится данное средство массовой информации, разъясняет в приказном порядке сотрудникам СМИ, что именно им позволено публиковать и озвучивать, а что строжайше запрещается, какие материалы соответствуют задачам данного издания, а какие воспринимаются как «нон грата».

Вводить в заблуждение аудиторию начинает не столько представитель средства массовой информации, сколько тот, кто дает ему установку, какого рода информацию необходимо подобрать. Тот журналист, чьему авторству принадлежит материал, иногда сам не осознает, какими именно политическими

---

<sup>158</sup> Щербатых Ю. Искусство обмана: популярная энциклопедия. М.: Эксмо, 2005. С. 457.

силами формируется информационная политика конкретного средства массовой информации. Постепенно ложь пронизывает весь материал, который выходит из-под пера сотрудника средства массовой информации. В его распоряжении имеется огромное количество языковых способов дезинформировать аудиторию.

Он может использовать подходящие для его непосредственных целей и задач вербальные средства, выстраивает сюжетную линию материала, выбирает визуальный ряд, который будет в большой степени воздействовать на восприятие аудиторией материала. Кроме того, на совести журналиста – соответствующая трактовка фактов, их оценка, подбор комментаторов, которые будут высказывать мнение относительно обсуждаемой проблемы. Подбор визуальных эффектов – действенный манипулятивный прием, поскольку изображение может воздействовать на психику человека напрямую, здесь даже не нужны пояснения, чтобы эффективно и быстро направить мысли аудитории в русло, нужное владельцам средств массовой информации. Кроме того, именно так появляется возможность продемонстрировать определенные изображения и словно бы позабыть о других фотоснимках, несколько противоречащих первым либо хотя бы просто уравнивающих и смягчающих эффект от демонстрации тщательно подобранного визуального ряда. Существует также возможность выбрать для иллюстрации материала, от которого требуется отвлечь внимание широкой аудитории (в том случае, когда совсем обойти молчанием новость невозможно), как можно более тусклый и невыразительный иллюстративный ряд. Соответственно, новость утратит привлекательность для широких масс, которые обычно тянутся к наиболее ярким иллюстрациям и как можно более насыщенным динамичным кадрам.

СМИ в состоянии в большой степени снизить значимость новостного материала также посредством умело выстроенной композиционной структуры. Например, если разместить новость в финале телепрограммы, аудитория уже не будет так пристально смотреть на экран, а многие зрители просто не в состоянии отслеживать информацию и подвергать ее критическому анализу на

протяжении всей телепередачи, проявляя активность когнитивных процессов исключительно в начале просмотра. Зная это правило, которое почти всегда действует, можно манипулировать вниманием аудитории, не искажая информацию, просто умело распределяя ее в пространственно-временных координатах.

Перекликается по смыслу с феноменом манипуляции такое явление, как пропаганда. Пропаганда – это продвижение и тиражирование политических, религиозных, социальных и других концепций в социуме при помощи вербальных и визуальных средств влияния на процесс формирования общественного мнения. Кроме того, пропаганда может рассматриваться в качестве тиражирования политических убеждений, реализуемого для развития у широкой аудитории средств массовой информации конкретных политических взглядов. Пропаганда в области политики расценивается в качестве упорядоченного регламентированного процесса влияния на менталитет отдельных граждан и социальных сообществ как таковых в целях получения конкретных выгод в сфере взаимодействия акторов на политической арене.

Широко распространены такие методы эффективной пропаганды, как например, повторы. Пропаганда обычно преподносится в избыточных объемах, она пронизывает все аспекты медиасистемы, наблюдается как в небольших по объему, так и в крупных материалах, в комментариях специально подобранных экспертов. Продвигаемая идея повторяется средствами массовой информации на разные лады, для разных социальных страт, в виде прямых лозунгов и призывов, в виде аналитических материалов, в виде незаметного на первый взгляд подтекста. Это приводит к тому, что широкая аудитория начинает считать пропагандируемые средствами массовой информации идеи своими собственными убеждениями.

Для эффективной пропаганды крайне важны такие качества, как легкость для восприятия, понятность, предельная простота формулировок. В том случае, когда материалы, созданные с целью пропаганды, доступны исключительно для

восприятия высокообразованных социальных страт, пропаганда никогда не достигнет своих целей и, по сути, будет безрезультатной.

Наибольшего эффекта пропаганда достигает лишь тогда, когда она доступна даже практически не владеющим грамотой, абсолютно необразованным индивидам, когда идея, которая пропагандируется, легка в том числе и для восприятия несовершеннолетними. В том случае, когда большая часть людей с низким уровнем развития критического мышления или даже с абсолютно неразвитым критическим мышлением, способна осознать пропагандируемую идею и глубоко проникнуться ей, данная социальная страта способна оказать воздействие и на людей с развитым критическим и аналитическим мышлением исключительно за счет своего количественного превосходства. Многие отдельно взятые высокоинтеллектуальные люди, в глубине души сомневающиеся в справедливости и здравости настойчиво пропагандируемой идеи, не захотят противостоять широкой массе, чтобы не чувствовать себя изгоями. Таким образом, примитивная, но привлекающая внимание пропагандистская кампания может оказать значительное воздействие на социум.

Для повышения эффективности пропаганды средствами массовой информации не рекомендуется «растекаться мыслию по древу». Следует неизменно воспроизводить ту же самую мысль, вновь и вновь. Рекомендуется так выстраивать материал, чтобы данная мысль, просто и доходчиво выраженная, прозвучала как в его начале, так и в завершение. Завершающий аккорд играет наиболее значимую роль, лучше всего, если это будет лозунг, краткий и ёмкий, воздействующий на эмоциональную сферу аудитории, конкретный и четко выраженный. Смысл данного лозунга должен быть максимально прозрачен.

Концепция, которую пропагандируют средства массовой информации, не должна иметь никаких подтекстов и скрытых смыслов. Те, на кого направлена пропаганда, не должны быть поставлены перед выбором. За аудиторию средств массовой информации уже с успехом выбрали наиболее подходящий путь, и



теперь ей остается только принять этот вариант будущего как данность. Именно об этом избранном пути в грядущее, об этом варианте и призваны сообщать средства массовой информации в ходе пропагандистской кампании. При этом следует одновременно продвигать только одну идею, иначе воздействие на аудиторию не будет столь мощным и ему будет проще сопротивляться. Пропаганда должна быть по сути своей массовой атакой. Пропагандистская кампания в средствах массовой информации будет наиболее эффективной, если умозаключения будут ясными и логичными, часто повторяющимися, удобными для того, чтобы произносить их вслух, ключевая мысль удовлетворит большую часть широкой аудитории медиасистемы.

Пропагандисты-манипуляторы для того, чтобы их деятельность достигла успеха, должны апеллировать к эмоциональной сфере аудитории средств массовой информации. Систему логических умозаключений выстраивать в данном случае бесполезно, и даже противопоказано, поскольку пропаганда имеет дело именно с человеческими эмоциями и чувствами. Если пропаганда достигает своей цели, широкая аудитория средств массовой информации испытывает своего рода катарсис, переживая ощущение единения, начиная воспринимать себя в качестве сплоченного коллектива, преследующего единую цель.

Не следует забывать и о том, что грамотно спланированная и выстроенная пропагандистская кампания, разворачивающаяся в средствах массовой информации, должна ошеломлять, потрясать воображение и будоражить чувства аудитории. В таком случае будет реализована так называемая вторичная манипуляция – аудитория начнет уже самостоятельно транслировать идею, которая пропагандируется СМИ в нестандартной форме, передавая ее другим людям. «Зашкаливающая» дезинформация, которая по логике совершенно не может быть правдой и вызывает возмущение у здравомыслящих людей, тем не менее, быстро и легко запоминается и становится объектом бурных обсуждений и дискуссий, таким образом, достигается цель манипулятора-пропагандиста:

привлечь к пропагандируемой концепции как можно больше внимания, пусть даже негативно окрашенного.

Суть такого явления, как информационная безопасность – защита граждан от манипулятивного и пропагандистского воздействия. Установлено, что граждане, согласно выработанным представлениям о правах человека, должны иметь доступ к информации, могут использовать ее в личных целях, если это не противоречит законодательству государства, например, для повышения собственного интеллектуального или духовного уровня развития. Следует также отметить, что информационная безопасность предполагает защиту информации, гарантирующую, в свою очередь, защиту личности.

Средства массовой информации нередко пренебрегают правилами соблюдения информационной безопасности. Так, посредством метода представления героя какого-либо материала средства массовой информации способны в значительной степени воздействовать на восприятие подавляющим большинством представителей социума данного человека. Нередко СМИ оценивают результаты активности какого-либо отдельно взятого публичного лица, общественного деятеля, партийного деятеля, руководителя муниципалитета, чиновника федеральной структуры и награждают данную персону меткой характеристикой. Таким образом, данный актер на политической сцене становится мгновенно опознаваем широкими народными массами, более того, средства массовой информации могут выстроить или даже сконструировать практически с нуля ассоциативную цепь, которая будет всплывать в сознании аудитории каждый раз при упоминании имени данного деятеля. При этом подобная характеристика и следующие из нее ассоциативные цепочки преподносятся аудитории в качестве абсолютно верной и непререкаемой истины, не подлежащей обсуждению.

Правила информационной безопасности достаточно грубо попираются и в том случае, если сотрудники средств массовой информации затрудняются дать оценку политическому деятелю (либо иному лицу, чьи действия обсуждаются в медийном пространстве). Позитивная либо негативная оценка во многих

ситуациях обусловлены не чем иным, как диспозицией влиятельных сил в области политики. СМИ могут заказать реализацию процесса уничтожения репутации какого-либо политического или общественного деятеля, а могут заказать, напротив, его продвижение в массы, популяризацию, создание привлекательного образа.

Правила информационной безопасности не соблюдаются в обоих случаях, поскольку отношение средств массовой информации к определенной персоне зависит не от ее реальных действий (продуманных или поспешных, гуманных или нарушающих права человека и так далее), а всего лишь от предпочтений владельцев медиасистем, обусловленных их политическими пристрастиями, а, в конечном счете, попросту их выгодой. Поэтому аудитории на протяжении какого-либо достаточно короткого временного периода нередко предлагаются кардинально противоречащие друг другу оценки деятельности какой-либо публичной персоны, одни характеристики призваны упрочить ее позицию на политической арене, другие – нанести урон ее репутации в глазах широкой общественности. Данная ситуация объясняется проведением выборной кампании, обещанием материальной помощи от деятелей, заинтересованных в популяризации или дискредитации политика и т. д.

### **3.4. Влияние медиасистемы Каталонии на движение за независимость и национальную идентичность**

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

Национальное самосознание малой нации формируется в контексте мультикультурного общества. В современном мире растёт 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 ещё В.И. Ленин в 1901 году 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 века. 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, проведённого 1 октября 2017 года 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.

Каталонский национализм принял облик угрожающего единству испанского государства сепаратизма (при деятельном участии СМИ региона). Произошло это далеко не случайно, а вследствие разразившегося в Испании системного кризиса, как в сфере политики, так и в сфере деятельности государственных институтов, и в области экономики. Естественно, социально-психологический климат в стране также оставлял желать лучшего. Элитные круги Каталонии, находящиеся у власти, смогли направить растерянность и разочарование населения региона в нужное им русло, чему, опять же, способствовала слаженная деятельность региональной медиасистемы. Разочарование населяющих Каталонию граждан, вызванное, в частности, новым автономным статутом, не без помощи умело разыгранной в средствах массовой информации кампании стало краеугольным камнем в решении, принятом значительной частью жителей региона – решительно отмежеваться от Испании.

Конфликт, зародившийся на территории Каталонии, трансформировался в компонент глобального «кризиса по-испански», увеличив его масштабы и резонируя с еще одним влиятельным движением протеста, нашедшем свое воплощение в создании так называемого Движения возмущенных и появлении партии под красноречивым названием «Подемос» (то есть «Мы можем») <sup>159</sup>. Естественно, леворадикальные настроения, свойственные членам этой партии, настроенным против государственной системы, сыграли на руку лидерам каталонского национализма.

Каталонцы позиционируют себя как нация и выработали национальную идентичность, которую конструируют и поддерживают при помощи как значимых лозунгов, имеющих отношение к историческому прошлому и культурному багажу автономного сообщества, так и посредством отражения текущей повестки дня региональной медиасистемы <sup>160</sup>.

---

<sup>159</sup> Хенкин С.М. Партийно-политическая система Испании на перепутье // Мировая экономика и международные отношения. 2017. Т. 61. № 4. С. 72.

<sup>160</sup> Fainé M.C. Identidad y política en Cataluña: el auge del independentismo en el nacionalismo catalán actual // Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia. 2014. № 19 (2). P. 80.

Исследователь в области новых медиа Лаура Алонсо Муньос представляет контент-анализ печатных средств массовой информации Испании и Каталонии, рассматривает, как в данных СМИ представлен конфликт, связанный с попытками Каталонии обрести независимость<sup>161</sup>.

Исследовательница изучает процесс эволюции оценки данных событий на материале 319 статей, опубликованных в таких изданиях, как *La Vanguardia*, *Ara*, *El País*, *El Mundo*, *La Razón*. Два издания (*La Vanguardia*, *Ara*) – каталонские, штаб-квартира трех остальных газет – Мадрид. Л.А. Муньос проанализировала, каким образом на страницах данных газет подается и трактуется стремление Каталонии к независимости; как именно освещаются мнения относительно законности и целесообразности подобного стремления, точки зрения оппонентов в данной ситуации, политические портреты ведущих деятелей каталонизма. В итоге исследовательница установила, что взгляды редакций газет на события, относящиеся к отмечанию Дня Независимости Каталонии, а также тональность предварительного оповещения о референдуме 2013 года обусловлены местонахождением штаб-квартиры изданий. Газеты, которые издаются на территории Каталонии, рассматривают процесс отделения Каталонии от Испании как целесообразный, закономерный, демократический, приносящий безусловную пользу населению региона. Издания, редакции которых располагаются в пределах городской черты Мадрида, обращают внимание своей аудитории на незаконность процесса сепаратизации, отсылая читателя к конституционным нормам<sup>162</sup>. Здесь налицо стремление не противоречить официальным точкам зрения Мадрида и Барселоны относительно отделения Каталонии от испанского государства. Подача информации оказывает воздействие на восприятие читателей.

Анализ испанской периодики демонстрирует тот факт, что о независимости печатных изданий в частности, да и всей медиасистемы Каталонии в целом, говорить попросту не приходится. Элитные политические

---

<sup>161</sup> Muñoz L.A. El tratamiento en la prensa del movimiento independentista en Cataluña // Sphera Publica. 2014. Vol. 2. № 14. P. 104.

<sup>162</sup> Muñoz L.A. El tratamiento en la prensa del movimiento independentista en Cataluña // Sphera Publica. 2014. Vol. 2. № 14. P. 126.

круги достаточно жестко воздействуют как на содержание материалов в средствах массовой информации, так и на манеру и тональность подачи данных материалов<sup>163</sup>. Исследователи произвели сравнение новостей из мира политики, которые публиковались в различных изданиях Мадрида и Барселоны во время жарких дебатов относительно расширения автономного статуса Каталонии в 2005 году. Внимательно изучался контекст, в котором подавались подобные новости, учитывалась частота их появления на страницах газет, анализировалась их жанровая принадлежность.

Барселонские издания (*Avui, El Periódico, La Vanguardia*) нередко выставляли главу испанского правительства в смешном свете, писали о нем в юмористическом, даже, скорее, в сатирическом ключе. Издания, штаб-квартиры которых располагались в Мадриде (*ABC, El Mundo, El Pais, La Razón*), попросту практически не упоминали о существовании политика, возглавлявшего каталонское правительство. Повестка дня в изданиях трансформировалась на всем протяжении организации дебатов.

### **3.5. Политический кризис в Каталонии 2017-2018 годов**

В ходе исследования было изучено 259 материалов, опубликованных в различных изданиях (преимущественно каталонских), которые так или иначе освещали политические события в регионе. Для исследования были взяты основные каталонские медиа, как интернет-издания, так и печатные. В ходе исследования было уделено внимание акцентам, которые были расставлены в публикациях

27 сентября 2016 года на выборах в Женералитат победу одержала коалиция индпендентов *JuntspelSí* («Вместе за независимость»), получив в парламенте 62 места из 135. Им не удалось получить абсолютного большинства мандатов, что было истолковано противниками независимости в свою пользу. Новый глава автономии Карлес Пучдемон, вступивший в должность в январе 2016 года, подтвердил приверженность идее референдума о независимости, и

---

<sup>163</sup> Sádaba T., Rodríguez-Virgili J. La construcción de la agenda de los medios // *ÁMBITOS*. 2007. №. 16. P. 210.

даже назвал срок его проведения – сентябрь 2017 года, хотя количество сторонников и противников самоопределения было примерно одинаково. Так, в декабре 2016 года Каталонский центр изучения общественного мнения провел опрос, согласно которому за независимость выступили 44,9% опрошенных, против – 45,1%<sup>164</sup>.

Вместе с тем, количество сторонников самой идеи референдума значительно больше: многие противники государственного самоопределения региона считали, что проведенное волеизъявление покажет приверженность большинства каталонцев идее объединенной Испании и тем самым похоронит идею о независимости Каталонии.

Это подтвердил другой опрос, проведенный по заказу *La Vanguardia* 2-5 января 2017 года, за пять месяцев до провозглашения даты предстоящего референдума<sup>165</sup>: за референдум об отделении региона от Испании высказались 76,6% опрошенных, против – 19,7%, не определились с выбором 3,7% каталонцев. В то же время выяснилось, что большинство респондентов, 59,1%, – за проведение легитимного референдума, согласованного с правительством Мадрида. За референдум без оглядки на испанское законодательство выступили 37,3% жителей региона, не имели собственного мнения на этот счет 3,6%<sup>166</sup>.

Примерно такие же результаты и у опроса, проведенного в Каталонии газетой *El País* с 8 по 10 мая 2017 года: за несогласованный референдум высказались 35% респондентов, за согласованный – 61%, 4% воздержались от ответа<sup>167</sup>. Вместе с тем *El País* в своих исследованиях мнений каталонцев пошла дальше: она выяснила, что в случае легитимизации референдума 49% опрошенных выскажутся за автономный статус Каталонии в составе Испании,

---

<sup>164</sup> El 'no' a la independència guanya cada vegada més suport entre els Catalans. CatalunyaPress. 29. 12. 2016. URL: <https://www.catalunyapress.cat/textodiario/mostrar/557468/noindependenciaguanyacadavegadamesuportentreels-catalans> (дата обращения: 30.11. 20).

<sup>165</sup> La Vanguardia. 8 de enero de 2017.

<sup>166</sup> Подр. об этом см.: El referéndum pactado se impone al unilateral. La Vanguardia, 09.01.2017. URL: <https://www.pressreader.com/spain/la-vanguardia/20170109/281487866032832> (дата обращения: 27. 11. 20).

<sup>167</sup> Miguel R de. La independencia de Cataluña será inmediata si no hay referéndum. El País. 21.05.2017. URL: [http://politica.elpais.com/politica/2017/05/21/actualidad/1495389893\\_104663.html](http://politica.elpais.com/politica/2017/05/21/actualidad/1495389893_104663.html) (дата обращения: 30. 11. 20).



42% – за государственную независимость, 9% не приняли определенного решения.

Пучдемон выбрал новую, более гибкую, чем его предшественник Мас, тактику пропаганды референдума. В конце января – начале февраля 2017 года в Брюсселе, в штаб-квартире Европейского парламента, по его инициативе прошла конференция, посвященная проведению предстоящего референдума. Влиятельная испанская газета *El Mundo* выяснила, что правительство Каталонии выделило 127 тысяч евро на создание в европейских медиа положительного имиджа этого мероприятия<sup>168</sup>. Выступая 31 января 2017 года на конференции, Пучдемон заявил, что страны Европы в целом и Евросоюз в частности должны помочь Каталонии обеспечить легитимность референдума, поскольку, по его мнению, речь идет не только о независимости Каталонии, но о судьбе демократии и основополагающих европейских ценностях. В то же время, чтобы смягчить напряжение, Пучдемон в интервью телеканалу «Евроньюс»<sup>169</sup> сообщил, что его главной целью является не получение Каталонией независимости, а подписание с Мадридом некоей декларации о взаимозависимости.

*El Punt Avui* приписала Пучдемону победу по итогам конференции, поскольку ему удалось привлечь внимание депутатов Европарламента к проблеме референдума<sup>170</sup>. Зал на 350 мест, в котором выступал глава правительства Каталонии, был переполнен. Однако консервативная *ABC* уточнила, что большинство слушателей составляли студенты, которые приехали из Барселоны поддержать главу своего региона. Из 751 депутата Европарламента послушать Пучдемона пришли только 40 человек из пятнадцати стран<sup>171</sup>.

На новый виток противостояние Барселоны и Мадрида вышло в конце мая – начале июня 2017 года, когда в испанскую прессу стали просачиваться

---

<sup>168</sup> *El Mundo*, 31 de enero de 2017.

<sup>169</sup> Euronews, January, 27, 2017.

<sup>170</sup> URL: <http://www.elpuntavui.cat/politica/article/17-politica/1045370-dastis-carrega-contra-la-visita-a-brusselles.html> (датаобращения 28. 11. 20).

<sup>171</sup> *ABC*, 1 de febrero de 2017.

утечки информации, согласно которым руководство Каталонии приняло твердое решение провести референдум о независимости осенью. За две с лишним недели до официального объявления даты референдума, 22 мая 2017 года, мадридская *El País* опубликовала сенсационную статью «Если не референдум, то независимость Каталонии будет провозглашена немедленно»<sup>172</sup>. Автор статьи Рафа де Мигель утверждал, что получил доступ к секретной информации, согласно которой принципиальное решение о референдуме Женералитат Каталонии принял еще в октябре 2016 года. Голосование должно состояться 24 сентября или 1 октября 2017 года. По данным газеты, парламент региона имеет альтернативный план действий – на случай, если Мадрид запретит проведение голосования. Суть этого плана состоит в немедленном принятии закона о юридическом переходе к независимости, проект которого якобы уже подготовлен и являет собой аналог временной конституции. В парламенте Каталонии большинство составляют сторонники отделения от Испании, поэтому проблем с принятием соответствующих документов не будет.

Таким образом, по утверждению *El País*, Каталония намерена отделиться от Испании в любом случае, независимо от того, разрешит Мадрид референдум или нет. При этом власти региона не подвергают никакому сомнению волеизъявление каталонцев в пользу независимости. На скандальную статью журналиста *El País* ни *La Vanguardia*, ни *El Punt Avui* не отреагировали прямо, хотя ежедневно публиковали материалы, так или иначе связанные с темой независимости Каталонии.

8 июня 2017 года президент Женералитата Карлес Пучдемон официально заявил о решении правительства провести референдум первого октября. Вопрос «Хотите ли вы, чтобы Каталония была независимым государством в форме республики?», по словам Пучдемона, должен был быть написан в бюллетенях на трех языках: испанском, каталанском и аранском (напомним, это диалект, который используют несколько тысяч жителей приграничных с Францией

---

<sup>172</sup> MiguelR de. La independencia de Cataluña será inmediata si no hay referéndum. EIPaís. 21.05.2017. URL: [http://politica.elpais.com/politica/2017/05/21/actualidad/1495389893\\_104663.html](http://politica.elpais.com/politica/2017/05/21/actualidad/1495389893_104663.html) (дата обращения: 30. 11. 20)

районов Каталонии в Центральных Пиренеях). С этого момента тема референдума стала главной в политической повестке дня. Сторонники независимости привлекли в медийное пространство для поддержки идеи отделения от Испании таких известных в регионе личностей, как бард и писатель Льюис Льяк, чьи антифранкистские песни получили известность еще в годы диктатуры, драматург, режиссер и театральный деятель Альбер Боаделла<sup>173</sup>, футболист и футбольный тренер Жозе Гвардиола, утверждавший в собственном манифесте, что каталонцы являются жертвами государства, которое устраивает политические преследования, невероятные для демократической страны XXI века<sup>174</sup>.

При этом идею независимости Каталонии разделяли далеко не все жители региона. Газета *El País* в данном вопросе заняла максимально бескомпромиссную позицию, поддерживая правительство Мадрида и Конституцию Испании. «Тройной брейк», «Метаморфозы каталонских партий», «Прокурор расследует появление плакатов против лидеров партий, выступающих за единую Испанию», «Гвардиола зачитывает манифест, в котором просит международное сообщество помочь в борьбе с авторитарным государством», «Сторонники суверенитета просят Пучдемона не вести переговоры о независимости» – вот лишь некоторые заголовки статей, опубликованных в *El País* с 9 по 11 июня 2017 года<sup>175</sup>. В этих и других материалах референдум назван противоречащим конституции Испании, не имеющим никакой юридической силы. Газета напоминает, что в случае отделения от Испании Каталония не сможет стать членом Евросоюза, как на то

---

<sup>173</sup> El govern insta Rajoy a escoltar el 'The New York Times' ipermetre l'1-O. ElPuntAvui, 25.06.2017. URL: <http://www.elpuntavui.cat/politica/article/17-politica/1176662-el-govern-insta-rajoy-a-escoltar-el-the-new-york-times-i-permetre-l-1-o.html> (дата обращения: 29.11.20).

<sup>174</sup> Esportistes que es mullen per la democràcia. L'Esportiu, 10.06.2017. URL: <http://www.lesportiudecatalunya.cat/opinio/article/1165208-esportistes-que-es-mullen-per-la-democracia.html> (дата обращения: 01.12.20).

<sup>175</sup> La triple ruptura. El País, 09.06.2017. URL: [http://elpais.com/elpais/2017/06/09/opinion/1497020380\\_831112.html](http://elpais.com/elpais/2017/06/09/opinion/1497020380_831112.html); La Fiscalía investiga la aparición de carteles contra líderes de PSC, PP, C's i CSQEP. El País, 10.06.2017. URL: [http://ccaa.elpais.com/ccaa/2017/06/10/catalunya/1497092414\\_815463.html](http://ccaa.elpais.com/ccaa/2017/06/10/catalunya/1497092414_815463.html); Pere Ríos. Guardiola lee un manifiesto que pide ayuda internacional "contra el Estado autoritario". El País, 11.06.2017. URL: [http://ccaa.elpais.com/ccaa/2017/06/11/catalunya/1497175102\\_725678.html](http://ccaa.elpais.com/ccaa/2017/06/11/catalunya/1497175102_725678.html); Pere Ríos. Las entidades soberanistas piden a Puigdemont que no negocie el referéndum. El País, 11.06.2017. URL: [http://ccaa.elpais.com/ccaa/2017/06/11/catalunya/1497182084\\_417585.html](http://ccaa.elpais.com/ccaa/2017/06/11/catalunya/1497182084_417585.html) (дата обращения: 01.12.20).

рассчитывает Пучдемон, ибо решение о приеме новой страны должно быть принято всеми без исключения государствами, входящими в ЕС, а Мадрид никогда не проголосует за независимую Каталонию. *El País* ссылается и на состоявшийся еще в январе 2017 года визит Пучдемона в Европарламент, где ему дали понять, что Брюссель против отделения Каталонии<sup>176</sup>.

Прямо противоположные взгляды имела газета *El Punt Avui*, как рупор каталонского индпендизма. Так, 12 июня 2017 года журналист Жерар Артигас опубликовал на первой полосе подробный исторический обзор борьбы за волеизъявление каталонцев – от местных референдумов 2009 года до сегодняшнего дня<sup>177</sup>. На нескольких фотоснимках разных лет, иллюстрирующих текст, были показаны огромные, извивающиеся очереди избирателей к столикам выдачи бюллетеней для голосования. В редакционной статье 25 июня 2017 года утверждалось, что правительство Каталонии в противостоянии с Мадридом ведет со счетом один-ноль<sup>178</sup>.

Наиболее взвешенная позиция, которую можно назвать центристской, была у газеты *La Vanguardia* и проявлялась прежде всего в попытках рассмотреть проблему с обеих сторон, изучив аргументы как сторонников, так и противников независимости Каталонии. Так, если *El Punt Avui* писала, что Мадрид полностью отвергает политический диалог с Барселоной, то *La Vanguardia* напоминала, что вице-премьер Испании Мария Сорайя Саенс де Сантамария неоднократно предлагала президенту Женералитата Пучдемону наладить постоянный диалог, однако глава правительства Каталонии отказался, заявив, что будет вести переговоры только с премьер-министром Рахоем<sup>179</sup>.

---

<sup>176</sup> См.: Cordero D. Puigdemont intentasituar el referéndum en la agenda de Bruselas. *ElPaís*, 24.01.2017. URL: [http://ccea.elpais.com/ccea/2017/01/24/catalunya/1485262040\\_532649.html](http://ccea.elpais.com/ccea/2017/01/24/catalunya/1485262040_532649.html) (дата обращения: 01.12.20).

<sup>177</sup> Gerard Artigas. D'Arenys 2009 a l d'octubre 2017. *El Punt Avui*, 12.06.2017. URL: <http://www.elpuntavui.cat/politica/article/17-politica/1165610-d-arenys-2009-a-l-1-d-octubre-2017.html> (дата обращения: 01.12.20).

<sup>178</sup> Entitats catalanes a l'exterior reclamen al govern que aclareixi com votaran l'1-O. *ElPuntAvui*, 25.06.2017. URL: <http://www.elpuntavui.cat/politica/article/17-politica/1177030-entitats-catalanes-a-l-exterior-reclamen-al-govern-que-aclareixi-com-votaran-l-1-o.html> (дата обращения: 01.12.20).

<sup>179</sup> Santamaría ofrece diálogo a Puigdemont sin la “imposición” del referéndum. *La Vanguardia*, 30.10.2016. URL: <http://www.lavanguardia.com/politica/20161030/411445930058/soraya-saenz-de-santamaria-dialogo-carles-puigdemont-imposicion-referendum.html>; Leonor Mayor Ortega. El PP la lía en Twitter: “Puigdemont quiere hacer un referéndum en lugar de escuchar a los catalanes”. *La Vanguardia*, 29.05.2017. URL: <http://www.lavanguardia.com/politica/20170529/423030097892/soraya-tweet-referenfum-en-lugar-de-escuchar-catrtalanes.html> (дата обращения: 01.12.20).

Кроме того, выход из состава Испании приведет также к снижению туристического потока, что серьезно ударит по бюджету региона. (По данным Национального института статистики, в 2016 году Каталонию посетили 18 миллионов туристов, что на 4% больше, чем в 2015 году<sup>180</sup>). *La Vanguardia* постоянно напоминала читателям о том, что предстоящий референдум не будет иметь юридической силы, что если даже руководители Каталонии объявили бы о независимости, то Мадрид никогда не одобрил бы этого шага. В результате новообразованное государство не смогло бы присоединиться к ЕС (а именно к этому стремится Женералитат). Мадрид наложил бы в случае такой попытки вето, в то время как решение о приёме в интеграционное объединение государства-члена должно приниматься единогласно.

Позиция третьей барселонской газеты, *El Periódico de Catalunya*, по вопросу референдума в целом совпадала с редакционной политикой *La Vanguardia*.

29 июня 2017 года был обнародован манифест «За Каталонию и демократию», который подписали сто каталонцев – статусных противников независимости. Они настаивали на отмене референдума как не соответствующего принципам демократии и нормам правового государства.

Еще более категорично было настроено в отношении референдума правительство в Мадриде. Премьер-министр Испании Мариано Рахой в официальном выступлении назвал Пучдемона политическим шантажистом, предупредил его об ответственности за возможный кризис, который может быть равен по масштабу событиям революции 1931 года и Гражданской войны 1936-1939 гг.<sup>181</sup> 7 августа 2017 года Рахой встретился с королем Испании Филиппом

---

<sup>180</sup> INEbase. Hostelería y turismo. Instituto Nacional de Estadística. URL: [http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica\\_P&cid=1254735576863](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254735576863) (дата обращения: 01.12.20).

<sup>181</sup> Casqueiro J. Rajoy asimila el plan de Puigdemont a lo que “pasa en las peores dictaduras”. *El País*. 23.05.2017. URL: [http://politica.elpais.com/politica/2017/05/23/actualidad/1495527874\\_341396.html](http://politica.elpais.com/politica/2017/05/23/actualidad/1495527874_341396.html) (дата обращения: 01.12.20).

VI и дал ему обещание не допустить проведение 1 октября референдума в Каталонии. Об этом он рассказал на встрече с журналистами<sup>182</sup>.

12 августа 2017 года коалиция баскских националистических партий провела в одном из крупнейших городов региона Сан-Себастьяне многотысячную манифестацию в поддержку независимости Каталонии и Страны Басков.

Накануне плебисцита были организованы многочисленные опросы населения по поводу отношения к независимости Каталонии. Согласно одному из них, проведённому Институтом DYN, расположенным в каталонском городе Леида, в декабре 2016 г. за независимость региона от Испании высказались 44,9% респондентов, против – 45,1%. Спустя девять месяцев, в начале сентября 2017 года, уже 47% каталонцев были за самоопределение и 44,4% – против<sup>183</sup>.

Таким образом, учитывая возможную погрешность обоих опросов, число сторонников и противников независимости было примерно одинаковым. В каталонском парламенте против курса на отделение от Испании выступали депутаты от партии сторонников национального единства «Граждане» (*Ciudadanos*). Представители среднего класса: врачи, адвокаты, банковские работники, университетская профессура – о независимости говорили неопределённо. Резко против неё выступали в основном представители среднего и крупного бизнеса, поскольку 80-90% продукции, производимой в Каталонии, реализуется на испанском рынке<sup>184</sup>.

Напротив, у индипендентов было много сторонников среди молодёжи, малооплачиваемой части населения региона, безработных, а также сельских жителей. Они, очевидно, верили, что обретение независимости позволило бы им улучшить своё положение. В целом можно было наблюдать весьма сильное

---

<sup>182</sup> Rajoy, tras reunirse con el rey: «Las decisiones del Parlament son una patada a la democracia». 20 Minutos. 07.08.2017. URL: <http://www.20minutos.es/noticia/3107759/0/reyfelipevirajoycelebrantradicionaldespachoveranomarivent/> (дата обращения: 01.12.20).

<sup>183</sup> Who and why in Catalonia for and who is against separation from Spain. 12.09.2017. URL: [http:// world.24-my.info/whoandwhyincataloniaforandwhoisagainstseparationfromspain/](http://world.24-my.info/whoandwhyincataloniaforandwhoisagainstseparationfromspain/) (дата обращения: 01.12.20).

<sup>184</sup> Cutrona J. Últimas noticias sobre la independencia de Catalunya. La Vanguardia. 06.10.2017. URL: [http://www.lavanguardia.com/politica/20171006/431785655363/reaccioneslocatalunyaen-directo.html?utm\\_source=twitter&utm\\_medium=social&utm\\_content=politica&utm\\_campaign=lv\\_-6/10/2017](http://www.lavanguardia.com/politica/20171006/431785655363/reaccioneslocatalunyaen-directo.html?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_content=politica&utm_campaign=lv_-6/10/2017) (дата обращения: 01.12.20).

противоречие в рядах индпендентов в виде неспособности свести движение за независимость к одной политической платформе. За отделение от Испании выступали сразу две крупные каталонские политические силы – националисты (склоняющиеся к либерально-капиталистической форме экономики и государственного строя) и левые (придерживающиеся марксистско-троцкистских догм с уклоном в анархо-синдикализм). Обе силы представляют республиканское течение, но видят разные пути развития страны после провозглашения суверенитета.

Несмотря на противодействие со стороны Мадрида, референдум о статусе Каталонии 1 октября 2017 г. состоялся. В ходе плебисцита 90,6% проголосовавших выступило за независимость. Правительство Испании сочло референдум незаконным, заявив, что «объявление Каталонией независимости не приведёт ни к чему»<sup>185</sup>.

Мадрид дал понять, что его результаты не принесут руководству Каталонии практических выгод. После плебисцита К. Пучдемон, опасаясь уголовного преследования со стороны центральных властей, покинул Каталонию вместе с другими лидерами. Свои действия он объяснял желанием привлечь большее внимание в ЕС к проблеме независимости.

Уже 21 октября 2017 года, несмотря на митинги в поддержку независимости и протесты в регионе, правительство Испании ввело в действие статью 155 Конституции, на основании которой в Каталонии было установлено прямое управление из Мадрида. Это решение позволило центральным властям отстранить от руководства местное правительство<sup>186</sup>. Более того, 2 ноября 2017 года Верховный суд Испании выдал первый международный ордер на арест экс-главы Каталонии, а также шести членов его правительства<sup>187</sup>.

---

<sup>185</sup> Rajoy: “El Gobierno va a impedir que cualquier declaración de independencia se plasme en algo”. El País. 07.10.2017. URL: [https://elpais.com/elpais/2017/10/07/videos/1507393421\\_826172.html](https://elpais.com/elpais/2017/10/07/videos/1507393421_826172.html) (дата обращения: 01.12.20) whyincataloniaforandwhoisagainstseparationfromspain/ (дата обращения: 01.12.20).

<sup>186</sup> El Mundo. 19.10.2017. URL: [https://twitter.com/elmundo/status/920926524601184256/ photo/](https://twitter.com/elmundo/status/920926524601184256/photo/) (дата обращения 02.12.20).

<sup>187</sup> García P., Salvador A. Puigdemont confirma su rebeldía judicial y no se presenta para declarar ante Lamela. El Independiente. 02.11.2017. URL: <https://www.elindependiente.com/politica/2017/11/02/ Puigdemont-no-se-presenta-juez/> (дата обращения 02.12.20).

21 декабря 2017 года состоялись досрочные выборы в каталонский парламент, которые, с точки зрения бывшего главы региона К. Пучдемона, «должны были стать вторым раундом референдума о независимости»<sup>188</sup>. Исходя из этого заявления, можно считать, что экс-руководитель региона осознавал: с вводом прямого управления центрального правительства Испании автономия региона оказалась под угрозой.

По результатам выборов победила центристская партия «Граждане», набравшая более 25% голосов. Однако три политические силы, выступающие с сепаратистских позиций, в общей сложности заняли 70 мест в парламенте из 135 возможных<sup>189</sup>. Таким образом, политические силы оказались расколоты, что препятствовало утверждению нового главы региона.

Ещё в конце октября 2017 года испанское правительство взамен отстранённого К. Пучдемона назначило исполняющей обязанности главы Каталонии министра по делам территориальных администраций Испании Марию Сорайю Саэнс де Сантамарию.

Жёсткая позиция Мадрида в ответ на попытку отделения Каталонии была ожидаема. Глава правительства М. Рахой – убеждённый сторонник суверенитета Испании и её территориальной целостности, о чём он неоднократно заявлял<sup>190</sup>. По этой причине испанское руководство проводило последовательную политику, преследуя единственную цель: не допустить раскола страны, образования на её нынешней территории независимых государств.

Введением прямого управления в Каталонии М. Рахой ослабил возможности для сепаратизма в регионе в дальнейшем. Тем более что, как уже отмечалось, сторонников и противников самоопределения среди каталонцев насчитывалось примерно поровну. В день проведения референдума

---

<sup>188</sup> Garcia P., Salvador A. Puigdemont confirma su rebeldía judicial y no se presenta para declarar ante Lamela. El Independiente. 02.11.2017. URL: <https://www.elindependiente.com/politica/2017/11/02/Puigdemont-no-se-presenta-juez/> (дата обращения 02.12.20).

<sup>189</sup> Garcia P., Salvador A. Puigdemont confirma su rebeldía judicial y no se presenta para declarar ante Lamela. El Independiente. 02.11.2017. URL: <https://www.elindependiente.com/politica/2017/11/02/Puigdemont-no-se-presenta-juez/> (дата обращения 02.12.20).

<sup>190</sup> См., например: [https://elpais.com/politica/2017/10/11/actualidad/1507704870\\_996951.html](https://elpais.com/politica/2017/10/11/actualidad/1507704870_996951.html);  
[https://elpais.com/politica/2017/10/27/actualidad/1509114362\\_109606.html](https://elpais.com/politica/2017/10/27/actualidad/1509114362_109606.html).



правительство Мадрида использовало полицию (привезённую из других регионов), чтобы помешать голосованию. Были зафиксированы случаи использования грубой силы со стороны представителей правоохранительных органов по отношению к мирным жителям, пришедшим на избирательные участки<sup>191</sup>. В знак протеста профсоюзы Каталонии провели всеобщую забастовку<sup>192</sup>. В такой ситуации дальнейшая опора на полицию или армию имела бы непредсказуемые последствия.

В 2018 году испанское правительство, опираясь на то, что ему удалось взять ситуацию в Каталонии под контроль, продолжило развивать наступление на сторонников независимости региона. 23 марта суд Испании вновь выдал международный ордер на арест К. Пучдемона. Спустя два дня он был арестован на границе Германии и Дании. Однако вскоре каталонский политик был освобождён и уехал в Бельгию. 20 июля испанский суд отозвал ордер на арест К. Пучдемона<sup>193</sup>.

Ранее, 17 мая 2018 года, новым главой Каталонии был избран юрист и публицист Жоаким Торра. Его кандидатуру, находясь в эмиграции, предложил сам К. Пучдемон. Новый руководитель также выступает за независимость региона от Испании и в целом продолжает политику своего предшественника. 2 июня правительство Ж. Торры принесло присягу, что привело к окончанию прямого правления Мадрида (где в тот же день пришло к власти правительство социалистов во главе с Педро Санчесом).

Властям Испании не удалось восстановить контроль над Каталонией в полной мере. Попытка обретения независимости по итогам референдума оказалась неудачной, потому что лидеры Каталонии и подавляющее большинство сторонников самоопределения оказались не готовыми идти в

---

<sup>191</sup> Rodríguez M., Congostrina A.L. La Generalitat cifra en 844 los atendidos por heridas y ataques de ansiedad. El País. 01.10.2017. URL: [https://elpais.com/ccaa/2017/10/01/catalunya/1506820036\\_546150.html](https://elpais.com/ccaa/2017/10/01/catalunya/1506820036_546150.html) (дата обращения 02.12.20).

<sup>192</sup> Orriols N., Moldes A. Aturada general el 3 d'octubre: sindicats, partits i entitats promouen una resposta unitària a la repressió de l'Estat. Ara.cat. 01.10.2017. URL: [https://www.ara.cat/politica/Reunio-sindicats-entitats-vicepresident-Junqueras\\_0\\_1879612252.html](https://www.ara.cat/politica/Reunio-sindicats-entitats-vicepresident-Junqueras_0_1879612252.html) (дата обращения 02.12.20).

<sup>193</sup> Boisselier A. Catalogne: le leader séparatiste Carles Puigdemont est-il tiré d'affaire? Le Journal du Dimanche. 20.07.2018. URL: <https://www.lejdd.fr/International/Europe/catalogne-le-leader-separatistecarles-puigdemont-est-il-tire-daffaire-3715349> (дата обращения 02.12.20).

борьбе до конца. Жёсткие и непопулярные в регионе действия Мадрида, его опора на формально-правовые институты возымели действие. Тем не менее сепаратизм остался непобеждённым и шансы новой дестабилизации были велики. В частности, 21 декабря 2018 года, в годовщину внеочередных парламентских выборов, в Барселоне было проведено выездное заседание правительства Испании. Оно привело к массовым протестам и беспорядкам, организованным индипендентами, блокаде автомагистралей и строительству баррикад. В результате пострадали более 60 человек<sup>194</sup>.

Один из важнейших уроков Каталонии для других примеров сепаратизма в Европе состоит в том, что центральная власть будет применять жёсткие меры для недопущения предоставления независимости одному из регионов своей страны. Это неизбежно приведёт к падению доходов и, как следствие, уровня жизни (так, например, убытки от снижения туристского потока в Каталонию в 2018 году составляли до 6 млн евро ежедневно)<sup>195</sup>.

В то же время ситуация в регионе находится в развитии. Сепаратизм, несмотря на все усилия центральных властей, далеко не побеждён и остаётся примером для индипендентов в других государствах Европы.

### **3.6. Стратегии каталонских медиа в период подготовки к референдуму о независимости 1 октября 2017 года и после проведения референдума**

Каталонские медиа, что закономерно, активно освещали политические скандалы в Каталонии, усилившиеся из-за решения парламента региона провести противоречащий конституции Испании референдум о независимости, после которого антагонизм между каталонскими властями и официальным Мадридом достиг апогея. Угол освещения скандалов зависел от политической принадлежности рассматриваемого медиа, а сами скандалы приводили к обострению социально-политической обстановки в регионе.

---

<sup>194</sup> Altermados y protestas durante reunión del gobierno español en Barcelona. El Espectador. 21.12.2018. <https://www.elespectador.com/noticias/el-mundo/altermados-y-protestas-durante-reuniondel-gobierno-espanol-en-barcelona-articulo-830474> (дата обращения 02.12.20).

<sup>195</sup> [https://www.abc.es/economia/abci-barcelona-perdio-hasta-6-millones-diarios-turismo-finales2017-causa-proces-201804250129\\_noticia.html](https://www.abc.es/economia/abci-barcelona-perdio-hasta-6-millones-diarios-turismo-finales2017-causa-proces-201804250129_noticia.html) (дата обращения 02.12.20).

Необходимо подчеркнуть, что с развитием современного общества и средств массовой информации подавляющая часть глобальных событий постоянно находится в центре общественного внимания. Это касается и масштабных изменений, в особенности – политических скандалов, вызывающих широкий общественный резонанс.

В наши дни такие скандалы не утихают в ряде государств и регионов, в том числе внутри испанского региона Каталония, которая вот уже по крайней мере три года находится в центре международного внимания. Принятие поправок в регламент парламента региона в июле 2017 года сопровождалось многочисленными скандалами. Сторонники независимости из парламентской коалиции *Junts pel Sí* и их союзники из ультралевой партии *Candidatura d'Unitat Popular* своим численным превосходством принудили парламент внести изменения в регламент. По ним любой закон можно принять в одном чтении без дебатов, в обход прежней процедуры. Эти поправки в регламент были приостановлены в августе того же 2017 года. Однако по ним был принят Закон о юридическом переходном периоде Республики Каталония<sup>196</sup>.

Действия *Junts pel Sí* и *Candidatura d'Unitat Popular* были восприняты многими жителями Испании как неповиновение, а популярный в Испании портал *Hispanidad* сообщил, что в стране появилась шутка «Господи, Каталония, хватит. Иди домой, ты пьяна!»<sup>197</sup>.

Правившая с декабря 2011 года по июнь 2018 года Народная партия Испании и ее глава председатель правительства Мариано Рахой постоянно подвергались критике со стороны средств массовой информации за коррупцию, нелегальное финансирование избирательных кампаний и т.д. При этом мадридские медиа, настроенные в большей или меньшей степени антикаталонски, критикуя Рахоя, на соседних полосах публиковали информацию о коррупционных скандалах в Каталонии.

---

<sup>196</sup> Llei de transitorietat jurídica i fundacional de la República. URL: <https://ru.scribd.com/document/357411302/Llei-de-transitorietat-juridica-i-fundacional-de-la-Republica> (дата обращения: 02.12.20).

<sup>197</sup> 21-D en Cataluña. Largas colas de votantes: se espera una participación superior al 80%. Hispanidad. 21.12.2017. URL: [https://www.hispanidad.com/confidencial/21-d-en-cataluna-largas-colas-de-votantes-se-espera-una-participacion-superior-al-80\\_307004\\_102.html](https://www.hispanidad.com/confidencial/21-d-en-cataluna-largas-colas-de-votantes-se-espera-una-participacion-superior-al-80_307004_102.html) (дата обращения: 02.12.20).

Так, например, глава правительства Каталонии в 1980-2003 гг., родоначальник современного этапа борьбы за независимость Жорди Пужоль оказался, по сведениям *ABC*, фигурантом так называемого «Дела 3%» – коррупционного скандала, связанного с финансированием сепаратистских партий. Издание утверждает, что были обнаружены соответствующие солидные счета в Андорре<sup>198</sup>.

Женералитат якобы требовал взятку в 3% от контракта с компаний, которые выигрывали тендеры на общественные работы (стройки инфраструктуры и объектов). Благодаря этой махинации Пужол будто бы заработал состояние, которое *ABC* оценивает, как минимум, в 500 млн евро.

В то же время в изданиях, настроенных по отношению к независимости Каталонии нейтрально (таких, например, как *La Vanguardia*) или положительно (*El Punt Avui*, *Ara.cat*), критика Пужоля сведена к минимуму, авторы подчеркивают, что данный скандал – провокация противников экс-главы Каталонии и каталонской независимости<sup>199</sup>.

После проведения Каталонией референдума председатель Европарламента Антонио Таяни выразил мнение, что референдум противоречит законодательству Европейского Союза. Он также обозначил, что при выходе определенной территории из состава государства-члена ЕС она перестает быть частью Евросоюза<sup>200</sup>.

Процесс внеочередных выборов в парламент Каталонии, которые прошли 21 декабря 2017 года, также был неоднозначным и скандальным. Особенный интерес у жителей Испании вызывал тот факт, что отделившаяся Каталония имеет долг в 124% от ВВП, который оценивается в 265 млрд евро (при этом

---

<sup>198</sup> Los coches de lujo de Pujol Ferrusola. *ABC*. 28.10.2015. URL: [https://www.abc.es/motor/reportajes/abci-joyas-sobre-ruedas-jordi-pujol-ferrusola-201510272028\\_noticia.html](https://www.abc.es/motor/reportajes/abci-joyas-sobre-ruedas-jordi-pujol-ferrusola-201510272028_noticia.html) (дата обращения: 02.12.20).

<sup>199</sup> El jutge atribueix a l'expresident Pujol els Diners del fill gran a Andorra. *El Punt Avui*. 27.04.2017. URL: <https://www.elpuntavui.cat/politica/article/17-politica/1128790-el-jutge-atribueix-a-l-expresident-pujol-els-diners-del-fill-gran-a-andorra.html> (дата обращения: 02.12.2020).

<sup>200</sup> El cap de l'Eurocambra diu que el referèndum vulnera el marc legal de la UE. URL: <https://www.ccma.cat/324/el-cap-de-leurocambra-diu-que-el-referendum-vulnera-el-marc-legal-de-la-ue/noticia/2807414/> (дата обращения: 02.12.20).

ВВП после выхода из Испании и из ЕС снизится)<sup>201</sup>. По сведениям мадридской ABC, значительную часть этого долга Каталония должна выплатить именно Испании<sup>202</sup>. Интересно, что тема долга Каталонии практически не упоминалась каталонскими медиа.

Политические скандалы были связаны и с реакцией жителей Каталонии и Испании на итоги референдума. Так, спустя два месяца после проведения референдума, 7 декабря 2017 года, 45 тыс. каталонцев – сторонников независимости – собрались на манифестацию в Брюсселе под лозунгом: «Европа, проснись!». Как сообщает бельгийское издание *Le Soir*, люди добирались в столицу Евросоюза на всех доступных транспортных средствах, чтобы принять участие в мероприятии, на котором выступил экс-президент Женералитата Карлес Пучдемон. Сам он после референдума покинул пределы Каталонии и скрывался в Бельгии от испанской юстиции<sup>203</sup>.

Оценка демонстрации мадридскими и барселонскими медиа была неоднозначной. Лейтмотивом публикаций ABC и *El País* на эту тему было требование суда над Пучдемоном в Мадриде, каталаноориентированные *El Punt Avui* и *Ara.cat* выступали за право наций на самоопределение, гарантированное Уставом ООН.

Немало споров в испанских медиа вызвала и 155-я статья Конституции Испании, введенная в действие 21 октября 2017 года специально для приостановки автономии Каталонии. Так, *El País* написала, что «155-я статья может потерпеть крах на враждебной территории»<sup>204</sup>: открыто или скрыто не повинующихся Мадриду региональных чиновников некем будет заменить. В подчинении Женералитата Каталонии почти 200 тысяч госслужащих, а центральная власть практически отсутствует в Каталонии после сорока лет

---

<sup>201</sup> El desastre económico de una Cataluña independiente. ABC. 29.09.2017. URL: [https://www.abc.es/economia/abci-mentiras-independentismo-desastre-economico-cataluna-independente-201709290410\\_noticia.html](https://www.abc.es/economia/abci-mentiras-independentismo-desastre-economico-cataluna-independente-201709290410_noticia.html) (дата обращения: 02.12.20).

<sup>202</sup> Там же.

<sup>203</sup> Les images de la manifestation des indépendantistes catalans à Bruxelles. Le Soir. 07.12.2017. URL: <https://www.lesoir.be/128194/article/2017-12-07/les-images-de-la-manifestation-des-independentistes-catalans-bruxelles> (дата обращения: 02.12.20).

<sup>204</sup> Y si no pudiera ejecutarse el 155? El País. 28.10.2017. URL: [https://elpais.com/politica/2017/10/24/actualidad/1508857304\\_090913.html](https://elpais.com/politica/2017/10/24/actualidad/1508857304_090913.html) (дата обращения: 02.12.20).

последовательной децентрализации и передачи полномочий. Из гражданских на Мадрид в Каталонии работают разве что сотрудники судебных структур, работники налоговой и соцстраха<sup>205</sup>.

Кроме того, немало вопросов вызвало финансирование референдума. По материалам *El Periódico*, на его проведение было потрачено как минимум 6,2 млн евро<sup>206</sup>. Как сообщило издание *Natiodigital*, экс-президенту Женералитата Артуру Масу пришлось внести залог в 5,2 млн евро в рамках рассмотрения дела о нецелевом расходовании средств на организацию предыдущего референдума (точнее – макроопроса) о независимости Каталонии 9 ноября 2014 года<sup>207</sup>. Все государственные деньги, потраченные на этот референдум, Мадрид считает расхищенными и требует их возвращения лично с организаторов<sup>208</sup>.

Исходя из этих данных, судья Кармен Ламела выдала 2 ноября 2017 года международный ордер на арест Карлеса Пучдемона и ещё нескольких ведущих деятелей Женералитата. Против них были выдвинуты обвинения в восстании, бунте, растрате бюджетных средств, неподчинении и пренебрежении служебным долгом.

Одна из серьезных проблем, начавшихся в Каталонии ещё до референдума 1 октября 2017 года, – занятие зданий радикальными сторонниками независимости. Так, пустое здание, принадлежавшее мэру Барселоны на улице Робадор, дом 43 в квартале Раваль, было оккупировано 13 сентября 2017 года несколькими отрядами левых сторонников независимости Каталонии. Впоследствии одна из радикальных феминистских организаций открыла там свою штаб-квартиру<sup>209</sup>. Как сообщает *El País*, захват происходил в

---

<sup>205</sup> Amón R. Y si no pudiera ejecutarse el 155? El País. 28.10.2017. URL:

[https://elpais.com/politica/2017/10/24/actualidad/1508857304\\_090913.html](https://elpais.com/politica/2017/10/24/actualidad/1508857304_090913.html) (дата обращения: 02.12.20).

<sup>206</sup> Albalat J. G. El juez investiga si la Generalitat se ha gastado 6,2 millones en el 1-O. El Periódico. 22.09.2017. URL: <https://www.elperiodico.com/es/politica/20170921/el-juez-investiga-si-la-generalitat-se-ha-gastado-62-millones-en-el-referendum-del-1-o-6302048> (дата обращения 02.12.20).

<sup>207</sup> March O. El Suprem situa el desenllaç de la legislatura catalana al setembre. Natiodigital. 11.06.2020. URL: <https://www.nacioidigital.cat/noticia/203968/suprem/situa/desenllac/legislatura/catalana/al/setembre> (дата обращения: 02.12.20).

<sup>208</sup> Grau O. CaixaBank y Mutua madrileña rechazan el aval a Artur Mas para pagar los 5,2 millones de la fianza por el 9-N. El Periódico. 10.10.2017. URL: <https://www.elperiodico.com/es/economia/20171010/caixabank-y-mutua-madrilena-rechazan-el-aval-a-artur-mas-para-pagar-los-52-millones-de-la-fianza-6343392> (дата обращения: 02.12.20).

<sup>209</sup> Alfonso L. Congostrina. La CUP ocupa un edificio municipal para una entidad de prostitutas. El País. 12.09.2017. URL: [https://elpais.com/ccaa/2017/09/12/catalunya/1505244402\\_407479.html?id\\_externo\\_rsoc=TW\\_CM](https://elpais.com/ccaa/2017/09/12/catalunya/1505244402_407479.html?id_externo_rsoc=TW_CM) (дата обращения 02.12.20).

присутствии и с одобрения депутатов от входившей в парламент политической организации *Candidatura d'Unitat Popular* в городском совете Барселоны и был поддержан небольшой манифестацией сторонников этого ультралевого движения. В районе Раваль после этого случая участились самозахваты жилья, в том числе наркоторговцами, которые устраивали в захваченных квартирах наркопритоны. *El País* считает, что данное происшествие носит в первую очередь политический характер, поскольку стало следствием ослабления местной власти, которая увлеклась политикой в ущерб заботы о городских нуждах.

Самозахватчики жилья, пишет *El País*, пользуются гарантиями защиты неприкосновенности жилища, предоставляемыми Конституцией Испании. Они стремятся оставаться в захваченных домах и квартирах как можно дольше, затягивая судебные процессы, без которых выселить их силой невозможно. Муниципалитеты, где у власти левые (как в Барселоне), не уделяют внимания проблеме. По оценке *El País*, бездействие каталонских властей и сторонников независимости могут быть квалифицированы как восстание и заговор, которые наказываются по испанскому уголовному кодексу заключением на срок до тридцати лет в случае применения насильственных методов<sup>210</sup>. К слову сказать, ни *El Punt Avui*, ни *Ara.cat* не уделили теме самозахвата зданий сколько-нибудь серьезного внимания.

Основной причиной политических скандалов в Каталонии стали разногласия Испании и Каталонии относительно статуса региона после проведения в нем референдума. Со стороны Мадрида видно всяческое противодействие на основании законодательной базы, со стороны Каталонии – всяческое противодействие и категорическое неприятие иной позиции, кроме признания собственной независимости. Это приводит к тому, что уже существовавшие на протяжении многих лет разногласия между Каталонией и Испанией выливаются в судебные разбирательства, связанные с коррупцией, а

---

<sup>210</sup> Fernando J. Pérez. ¿Qué son los delitos de sedición y rebelión? *El País*. 30.10.2017. URL: [https://elpais.com/politica/2017/10/30/actualidad/1509360767\\_100252.html](https://elpais.com/politica/2017/10/30/actualidad/1509360767_100252.html) (дата обращения: 02.12.20).

также в массовые протесты и угрозы о насильственном пути разрешения сложившегося противостояния.

Средства массовой информации как в Мадриде, так и в Каталонии, субъективно освещали и освещают все политические скандалы в мятежном регионе: с точки зрения интересов единого и неделимого испанского государства и с позиций малой нации, требующей независимости от метрополии, соответственно. Причем даже конфликты, имевшие под собой не политическую, а коррупционную основу, а также скандалы, ставшие следствием административных правонарушений, рассматривались под углом политического противостояния Мадрида и Барселоны.

### **3.7. Роль журналистики новых медиа в современной Каталонии**

Новые средства массовой информации или новые медиа (*new media* – англ.) – это интерактивные электронные издания, сделавшие возможными кардинально новые способы взаимодействия создателей контента с аудиторией. Термин «новые медиа» предназначается для отграничения данных интерактивных электронных средств массовой информации от обычных, «освященных традицией» СМИ. «Новые медиа» возникли благодаря бурному развитию цифровых и сетевых технологий. Конвергенция и мультимедийные редакции отныне являются неотъемлемыми атрибутами многих современных медиасистем.

Исследователи в области медиа подчеркивают, что новые средства массовой информации отличаются такими наиболее значимыми характеристиками, как цифровой формат, интерактивность (принцип такой организации системы, при котором цель достигается посредством информационного обмена между составляющими данной системы) и мультимедийность (содержание преподносится аудитории одновременно в разных формах: задействованы звук, анимированная компьютерная графика, видеоряд)<sup>211</sup>.

---

<sup>211</sup> Деникин А.А. О некоторых особенностях Новых медиа // Художественная культура. 2014. № 4 (13). С. 4.



Для новых средств массовой информации значимы, в первую очередь, цифровые технологии, сделавшие возможными появление новых медиа. Процесс компьютеризации, цифровизации социума идет семимильными шагами. Напомним, что ранее, до 1980-х годов средства массовой информации опирались на аналоговые носители.

Благодаря интернету новые медиа могут применять для передачи информации своей аудитории и текстовые материалы, и видеоряд, и аудиоматериалы, и фотоснимки в одно и то же время, и эта возможность поистине уникальна. Именно такая многоплановость подачи информации помогает новым медиа завоевывать и неуклонно расширять ряды своей аудитории и эффективно воздействовать на сознание потребителей информационного контента, что открывает, в свою очередь, широчайшие возможности для манипуляции.

При этом необходимо учитывать, что средства массовой информации, находящиеся на более высоком уровне развития, не могут полностью заменить своих предшественников. Новым медиа, соответственно, требуется новая аудитория, которую необходимо привлечь и удержать. Онлайн-версия печатного издания не в состоянии стать полноценной заменой непосредственно данного издания как такового<sup>212</sup>.

Некоторые специалисты в области медиа, особенно зарубежные исследователи, не относят новые медиа к СМИ. Это объясняется, в частности, тем, что практически все средства массовой информации нацелены на то, чтобы сообщать социуму сведения, имеющие значение для жизнедеятельности общества в целом и отдельных социальных сообществ в частности. Они выдвигают на первый план информацию как таковую. В то же время новые медиа выступают только в роли площадки для взаимодействия граждан и нацелены прежде всего на обеспечение процесса коммуникации представителей своей аудитории, при этом суть информации, ее содержание, уже не обладает первостепенной важностью.

---

<sup>212</sup> Брекенридж Д. PR 2.0: Новые медиа, новые аудитории, новые инструменты. М.: Эксмо, 2010. С. 45.

Исследовательница социальных медиа М.С. Будолак, напротив, считает, что новые медиа представляют собой новую разновидность онлайн средств массовой информации, благодаря которым каждый гражданин, пользующийся интернетом, даже если он далек от программирования как такового, получает уникальную возможность создавать, хранить и тиражировать информацию, обладающую важностью для всего общества или отдельных общественных институтов, отличающуюся периодичностью выхода в свет и предназначенную для широкой аудитории. М.С. Будолак доказывает, что все без исключения характеристики, которые свойственны традиционным средствам массовой информации, актуальны и для новых медиа, которые исследовательница называет «социальными средствами массовой информации»<sup>213</sup>.

Интерактивность (сам термин происходит от английского слова *interaction*, которое можно перевести как «взаимодействие») – это термин, демонстрирующий сущность и уровень коммуникации объектов. Интерактивность, характерная именно для новых медиа – это возможность цифровой системы отвечать соответствующими действиями на определенные действия пользователя интернета, вследствие чего визуальные и (или) аудиальные составляющие материала, размещенного в новом медиа, меняются согласно запросам пользователя. Так, может трансформироваться текст, могут возникать дополнения и пояснения к материалу, может меняться интерфейс, то есть набор инструментов, позволяющих пользователю взаимодействовать с операционной системой компьютера или какого-либо электронного гаджета.

Традиционные средства массовой информации также начали задействовать новые технологии, присущие новым медиа. Так, изображения теперь часто подвергаются цифровой обработке перед публикацией в печатных изданиях.

Сеть интернет – невероятное по величине пространство, заключающее в себе огромные массивы информации и информационные потоки. Можно без преувеличения сказать, что почти все аспекты жизнедеятельности человечества

---

<sup>213</sup> Будолак М.С. Понятие «социальные медиа» // Петербургская школа PR: от теории к практике. Вып. 7. СПб.: Роза мира, 2009. С. 18.

нашли свое отражение в интернете, чем и объясняются широчайшие манипулятивные возможности так называемых новых медиа.

Объем информации, содержащейся в интернете, столь грандиозен, что манипулятивный потенциал данного информационного пространства рассматривается научным сообществом в качестве неизбежного следствия пересечения невообразимого количества информационных потоков и областей.

Поскольку в интернете содержится чрезмерное количество информационных единиц, многие из которых повторяются и воспроизводят друг друга с той или иной степенью искажения первоначального смысла и достоверности, это обуславливает формирование квазинаучного содержания, которое нелегко отличить от истины и объективно существующих фактов.

Множество площадок на просторах интернета, таких, как сайты, блоги (интернет-дневники), социальные сети, разнообразные мессенджеры, форумы, рекламные блоки, транслируют сведения, которые нередко не подкрепляются абсолютно никакой доказательной базой. Блогеры, не несущие ответственность за содержание своих, по сути, частных дневников, могут публиковать в интернете информацию, не подтвержденную объективно существующими доказательствами. Квазинаучность многих форумов, блогов, постов в социальных сетях, «документальных» видеозаписей способствует тому, что аудитория средств массовой информации постепенно перестает доверять как медиасистеме в частности, так и интернету в качестве источника информации в целом.

Кроме того, сеть до такой степени перенасыщена информационными потоками, что аудитория новых медиа постоянно периодически вводится в заблуждение. Информация нередко переправляется от пользователя к пользователю не в качестве активной ссылки в сети, а в качестве попросту пересказа в максимально свободной форме, причем далекого от точности и непредвзятости. Этот тип искажения информации схож со слухами, которые переходят из уст в уста в ходе повседневного человеческого общения. Подобный метод распространения новостного контента в народе метко

прозвали «сарафанным радио», которое, к сожалению, слишком часто трансформируется в «глухой телефончик», поскольку в ходе общения слишком многие нюансы, цифры, факты утрачиваются без следа, а нередко и сам позитивный или негативный заряд информационного потока меняется на прямо противоположный. Информация не поступает к аудитории в своей изначальной, неискаженной форме, утрачивает смысловое наполнение, ее содержательный аспект может трансформироваться до неузнаваемости, информация способна получить дополнительные оттенки и смысловые нюансы. Средства массовой информации в интернете нередко используют такую манипулятивную технику, как «передергивание», когда аудиторию пытаются заинтересовать, потакая низменным вкусам и инстинктам, соответствующим образом смещая акценты в материалах.

В интернет-пространстве распространено такое понятие, как «фейк», происходящее от английского слова *fake*, то есть «подделка». Это выдуманная информация, которая призвана привлечь внимание широких масс потребителей новостного контента, шокирующие фотоснимки, полученные с применением таких технологий, как фотомонтаж и т.п., умело смонтированные в интересах манипуляторов видеоролики. Подобные сюжеты, если они грамотно выстроены, бывает действительно сложно отличить от реальных фактов. Цель манипулятора в данном случае – получить требующуюся от аудитории реакцию (страх, восхищение, негодование и т. п.) Люди, которые впервые сталкиваются с новыми медиа, новички в сетевом пространстве или плохо информированные, доверчивые потребители новостного контента, у которых слабо развито критическое мышление, становятся жертвой подобных «фейков» практически ежедневно.

Следует также учитывать, что манипулятивные приемы в новых медиа нередко являются хорошо продуманными способами, направленными на то, чтобы склонить аудиторию раскошелиться. Реклама в интернет-пространстве построена таким образом, что баннеры – графические изображения, которые носят рекламный характер, – привлекают аудиторию, склоняя пользователя

открывать друг за другом бесчисленное количество так называемых вкладок. Пользователя соблазняют обещаниями сообщить ему по-настоящему ценные и мало кому доступные сведения, которые помогут сохранить молодость, обрести красивую фигуру, сказочно разбогатеть без приложения особых усилий, приобрести удивительные способности и т. д. В итоге, когда пользователь уже пролистал достаточное количество страниц в интернете, ему предлагают оплатить «секретные» и «крайне важные» сведения. Длинный путь, уже проделанный пользователем, не позволяет большинству потребителей интернет-контента просто закрыть страницу, и многие пользователи действительно оплачивают информацию, которая в подавляющем большинстве случаев не несет в себе никакого «революционного» и сколько-нибудь значительного содержания.

Очередная страничка в интернете – это очередная манипуляция сознанием пользователя, внушение ему идеи о повышенной важности и прямо-таки жизненной необходимости какой-либо продукции или услуги, настойчивое приглашение присоединиться к «серфингу» по сайтам в поисках разнообразных возможностей (на поверку чаще всего призрачных). Увлекаясь процессом подобного «серфинга», пользователь уже не склонен трезво обдумывать, так ли необходимы ему рекламируемые товары или услуги и не завышена ли их стоимость.

Манипулятивные техники в новых медиа нередко основываются на том, что в интернет-пространстве достаточно сложно с уверенностью выяснить, какие задачи в действительности ставил перед собой автор того или иного материала. Пользователь должен лично заниматься анализом информации, которую он обнаруживает в интернете, но не каждый человек склонен и способен с успехом отыскивать тайные смыслы и выстраивать логические цепочки умозаключений, которые позволят выявить истинного заказчика того или иного материала. Кроме того, здесь существует опасность впадения в другую крайность и увлечения конспирологией, когда даже прогноз погоды кажется зашифрованным сообщением иностранным шпионам или даже

инопланетным захватчиком. Манипулятивный потенциал размещенного в интернет-пространстве материала объясняется также тем, что подобные материалы, как правило, размещаются на нескольких сайтах и традиционно сопровождаются разнообразными комментариями других пользователей. Такие комментарии, обычно отличающиеся эмоциональностью, не могут не воздействовать на отношение пользователей к материалу.

Таким образом, можно прийти к *выводу*, что избыточность информационных потоков, пронизывающих интернет-пространство, приводит к тому, что пользователь утрачивает ориентиры и не способен эффективно противостоять изощренным манипулятивным техникам. Чрезмерное количество информации исключает ее успешное контролирование и своевременное отсеивание заведомой дезинформации. Физические возможности среднестатистического представителя аудитории новых медиа не позволяют осуществить полноценный критический анализ всей получаемой в интернет-пространстве информации. Исследователи наблюдают у многих индивидов, активно использующих интернет, повышение уровня базовой и ситуационной тревожности, невротические реакции, депрессивные состояния, вызванные избыточностью и неуправляемостью информационных потоков. Поскольку информация, генерируемая новыми медиа в интернет-пространстве, слабо поддается контролю и цензуре, это беспокоит не только рядовых пользователей, но и власти государств<sup>214</sup>.

Следует также учитывать, что манипулятивный эффект в интернет-пространстве усиливается за счет неадекватности и резкости, а также предельной откровенности и спонтанности эмоциональных реакций (как позитивных, так и негативных) значительного количества потребителей контента, предлагаемого новыми медиа.

### **Выводы по третьей главе**

Политический кризис в Каталонии 2017-2018 годов активно освещался каталонскими (как и общенациональными испанскими) медиа. Угол освещения

---

<sup>214</sup> Бабаева Ю.Д. Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете. М.: Терра-Можайск, 2000. С. 37.

событий был, что характерно, недвусмысленно обусловлен политической принадлежностью медиа.

Данная ситуация продемонстрировала, что каталонские средства массовой информации являются эффективным средством для формирования общественного мнения. Это объясняется тем, что медиасистема Каталонии (как и подавляющее большинство других медиасистем в наши дни) располагает организационно-техническими структурами, гарантирующими масштабное распространение как вербальной, так и аудиовизуальной информации, а также высокую скорость ее распространения. В конструировании общественного мнения активно участвуют новостные средства массовой информации, которые подбирают необходимые информационные поводы, дают им комментарии и широко тиражируют эти поводы в той или иной форме.

Можно прийти к неутешительному выводу относительно того, что каталонские средства массовой информации своей безусловной политической ангажированностью оказывают неблагоприятное воздействие на генерирование взвешенных оценочных умозаключений относительно важных и насущных социальных проблем массовой аудиторией. Соответственно, искажается процесс конструирования сбалансированного общественного мнения в качестве значимого признака правового государства с демократическим строем. Средства массовой информации Каталонии можно рассматривать как подходящего исполнителя заказов, касающихся манипуляции общественным сознанием, столь необходимой политическим деятелям и экономическим магнатам в борьбе за власть.

В настоящее время значение новых медиа в социуме выступает на первый план и усиливается. Цифровизация приводит к радикальному изменению привычных взаимосвязей в структуре «социум – медиа – гражданин». Многократно возрастает потенциал медиа, направленный на трансформацию деятельности как отдельного индивида, так и целых социальных групп, и, в итоге, общества в целом.

Новые медиа способны воздействовать на презентацию окружающей реальности в сознании масс, на восприятие социумом данной реальности, а, значит, и на нее саму. Превратившись в важный компонент социума, без которого уже невозможно представить себе жизнь общества и государства, средства массовой информации, особенно новые медиа, формируются и развиваются, поскольку существуют объективные нужды социума в как можно более полной информации и непрерывном процессе коммуникации его членов. Существование новых медиа обусловлено также техническим прогрессом, бурным ростом и развитием информационно-коммуникационных технологий, вследствие чего формируется структура представления реальности при помощи средств массовой информации – информационная модель социума.

Новые медиа представляют собой общественный институт с подвижными границами, специфическое социальное пространство, источник информационных и коммуникационных ресурсов индивида и социума. Здесь содержание и смыслы генерируются и тиражируются при помощи новейших технологий. Сегодня медиа объединяют различные социальные страты, создавая доступную практически каждому члену социума социальную сферу, где вступают в плодотворное взаимодействие тексты, смыслы, ценностные установки.

В сфере медиа формируются и развиваются идеологии, что наглядно показано на примере формирования и развития национальной идентичности населения Каталонии, каталонского национализма, и, в конечном счете, каталонского сепаратизма.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе нашего исследования мы пришли к следующим выводам. Журналистика стала важнейшим фактором формирования национальной идентичности каталонцев в XIX веке. На протяжении всего XX века – и в годы расцвета Каталонии, ее культуры и национального сознания, и в годы фактического запрета каталонской идентичности в эпоху диктатуры Франко – журналистика являлась фактором, сплачивающим нацию, и оказала решающее влияние на борьбу за самоопределение региона в XXI веке.

Каталанский язык был и остается важнейшим символом национальной идентичности каталонцев в региональной медиасистеме, при этом региональная медиасистема является сектором общенациональной медиасистемы страны. Медиасистема Каталонии активно повлияла на движение за независимость и национальную идентичность.

Традиционные средства массовой информации Каталонии, новые медиа и социальные сети стали основополагающим фактором формирования общественного мнения на современном этапе. Предпринятые каталонскими медиа коммуникативные стратегии позволили властям региона одержать победу в референдуме о независимости Каталонии 1 октября 2017 года и поддерживать общественное мнение в период, когда власти Мадрида, объявив референдум незаконным, жестко отреагировали на ситуацию.

Манипуляции в средствах массовой информации, новых медиа и социальных сетях успешно формируют у населения региона определенные точки зрения, политические взгляды и видение перспектив развития Каталонии. Избыточность информационных потоков, пронизывающих интернет-пространство, приводит к тому, что пользователь утрачивает ориентиры и не способен эффективно противостоять изощренным манипулятивным техникам. Чрезмерное количество информации исключает ее успешное контролирование и своевременное отсеивание заведомой дезинформации.

Формирование национального сознания происходит не только силами качественных, новостных медиа, но и специализированных периодических

изданий – спортивных, музыкальных, культурных, детских и т. п., которые порой выходят далеко за рамки своей тематической направленности и создают эффект всеохватывающего информационного воздействия на потребителей информации.

Мы постарались выявить национальный проект и представляющие его идеологемы, представленные в средствах массовой информации автономного сообщества Каталония, исследовать степень эффективности влияния медиа на формирование современной каталонской идентичности.

В формировании национального сознания и национальной идентичности малой нации в мультикультурном социуме важную роль играют средства массовой информации, что мы успешно доказали на примере ситуации в Каталонии, автономном сообществе на территории Испании. Ход процесса формирования и развития национальной идентичности Каталонии, несомненно, определяла медиасистема региона.

Символично, что стадии развития региональной журналистики Каталонии в то же время представляют собой этапы формирования каталонского национализма. Важнейшая черта каталонской журналистики, оказавшая большое влияние на конструирование национальной идентичности – двуязычие прессы, а затем и в целом средств массовой информации, в том числе новых медиа.

Практически сразу после окончания диктатуры Франко каталонский национализм начал интенсивно развиваться, пользуясь всесторонней идеологической поддержкой региональных медиа. Исторически так сложилось, что медиасистема Каталонии сформировалась и развивалась, будучи национально ориентированной, таким образом был сконструирован устойчивый концепт национальной идентичности населения автономного сообщества.

Каталанский язык превратился в символ национального самосознания. При этом необходимо учитывать, что речевые стратегии каталонских средств массовой информации были и остаются нацелены на манипулирование

общественным сознанием, пропаганду политических преобразований (отделения Каталонии от Испании).

Медиасистема Испании в общем и целом неизменно служила, как это и полагается средствам массовой информации, воспроизведению трансформаций испанского социума, как в политическом, так и в социокультурном аспектах. Естественно, средства массовой информации испанского государства ярко отражают процесс обретения национальной идентичности малыми народами, проживающими на территории Испании, в том числе и жителями Каталонии.

Именно сейчас в Испании активно возрождается культура 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. Тем не менее, нельзя забывать, что этот в целом позитивный социально-культурный процесс нередко превращается в удобное средство для легкого достижения власти популистски настроенными политическими деятелями.

В перспективе медиасистема Каталонии останется национально ориентированной, и львиная доля ее ресурсов продолжит поддерживать конструирование концепта национальной идентичности населения данного региона. Журналистика, создаваемая представителями местного интеллектуального сообщества, будет продолжать служить развитию идеологии каталонского национализма. Ресурсная медиабазы каталонского сепаратизма далеко не исчерпала себя.

Информация в медиасистеме Каталонии продолжит подаваться тенденциозно, в строго определенном русле, выгодном для элит, стоящих за каталонской медиасистемой и, по сути, эффективно манипулирующих общественным мнением посредством «ручных» СМИ. Информационные каналы будут и далее находиться в распоряжении крупных капиталистов, магнатов, собственников масштабного бизнеса.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

### I. НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Авилава А.В., Акимов В.С., Баранова Т.Н. и др. Современная Испания. М.: Политиздат, 1983. 383 с.
2. Агеев В.С. Социальная идентичность личности // Социальная психология: хрестоматия / Под ред. Е.П. Белинской, О.А. Тихомандрицкой. М., 2003. С. 349-356.
3. Алиханова В.Л. Психоаналитическая концепция феномена идентичности // Время науки. 2018. № 1. С. 3-12.
4. Альтамира-и-Кревеа Р. История Испании: в 2-х томах. М. 1951.
5. Амандо де М. 40 миллионов испанцев 40 лет спустя. М.: Прогресс, 1985. 430 с.
6. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М.: Канон-пресс-Ц, 2001. 288 с.
7. Антонова Н.В. Проблема личностной идентификации в интерпретации современного психоанализа, интеракционизма и когнитивной психологии // Вопросы психологии. 1996. № 1. С. 131-143.
8. Арутюнян С.Ф. Идентичность: от теории к практике: теория, практика, консультирование. Ереван: Тигран Мец, 2010. 236 с.
9. Барандова Т.Л., Батурина Н.И. Эффекты символической политики в отношении каталонцев в Испании (на примере визуального образа) // Вестник Пермского университета. Сер. Политология. 2018. № 2. С. 61-76.
10. Боден Ж. Шесть книг о государстве // Антология мировой политической мысли: В 5 т. Т.2. М., 1999. С.689-695.
11. Болдырева И.Б. Консервативная газета «АБС» в системе качественной прессы Испании. Дисс. ...канд. филолог. наук: 10.01.10. М., 2011.
12. Бусыгина И.М. Практика территориально-политического строительства в Испании и России: попытка сравнительного анализа // Казанский федералист. 2003. № 3. С. 32-33.

13. Варганова. Е.Л. Теория медиа. Отечественный дискурс. М.: Litres, 2021. 276 с.
14. Водолазов Г.Г. Новый гуманизм (неогуманизм) как идеологическая парадигма XXI века // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2018. № 2. С. 21-34.
15. Волков Б.Ю. Ежедневные национальные спортивные газеты Испании. Особенности и специфика функционирования на современном этапе. Дисс. ...канд. филолог. наук: 10.01.10. М., 2013.
16. Геллнер Э. Нации и национализм. М.: Прогресс, 1991. 320 с.
17. Горбатенко Н.С., Сидоренков А.В. Концептуальные компоненты подхода теории социальной идентичности к изучению групп // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. 2008. № 4. С. 112-116.
18. Грабельников А.А., Грабельникова М.А. Трансформация журналистики в новой коммуникативной среде // Культура в фокусе научных парадигм. 2019. № 9. С. 141-147.
19. Дементьев А.В. Неофранкизм и проблема территориальной целостности современной Испании // Вестник МГИМО-Университета. 2019. № 1(64). С.129-146.
20. Гумилев Л.Н. География этноса в исторический период. Л.: Наука, 1990. 278 с.
21. Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера Земли. М.: Айрис-пресс, 2010. 526 с.
22. Гумилев Л.Н. Конец и вновь начало. М.: Айрис-пресс, 2011. 384 с.
23. Диес Медрано Х. Разделенные нации: Классы, политика и национализм в Стране Басков и Каталонии // Современная Испания. М.: ИНИОН РАН, 2003. С. 83-94.
24. Задворная Е. С. Феномен идентичности: история формирования понятия и современные подходы к изучению // Ценности и смыслы. 2017. №1 (47). С. 24-37.

25. Кирчанов М.В. Основные проблемы развития каталонского национализма в 2000-е годы // Общество: политика, экономика, право. 2011. № 1. С. 33-37.
26. Кожановский А.Н. Быть испанцем... Традиции. Самосознание. Историческая память. М.: АСТ, 2006. 318 с.
28. Коноплев Д.Э. Современные медиасистемы: кризис традиционных СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2020. № 1. С. 158-162.
29. Короченский А.П. Гражданская критика СМИ и политические процессы в медиатизированном социуме // Материалы VI Международной научной конференции. – Белгород: Институт политических исследований, 2018. С. 168-179.
30. Кочетков В. В. Национальная и этническая идентичность в современном мире // Вестник Московского университета. 2012. № 2. С. 144-162.
31. Кули Ч.К. Избранное. М.: ИНИОН РАН, 2019. 234 с.
32. Кустова Л.С. Теория и практика изучения национального характера. Учебно-методическое пособие. М.: Факультет журналистики МГУ, 2015. 126 с.
33. Ларионова М.В. Язык и политика в коммуникативном пространстве испанского политического дискурса // Вестник МГИМО Университета. 2011. № 2 (17). С. 215-220.
34. Левин К. Теория поля в социальных науках. М.: Академический проект, 2019. 313 с.
35. Локк Дж. Сочинения в трех томах. Т. 2. М.: Мысль, 1985. 627 с.
36. Маркина Ю.В. Эволюция медийного рынка и потери Западной журналистики в 2000-2010-е гг.: теоретико-методологические грани проблемы // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 8. Литературоведение. Журналистика. 2018. № 1. С. 80-86.
37. Маркина, Ю.В. Концентрация СМИ в условиях информационной глобализации // Вестник Российского университета

- дружбы народов. Сер. Литературоведение, журналистика. 2014. № 1. С. 98-104.
38. Матвеева, Н.Ю., Ольшанская, Е.В. Социально-политические смыслы сторон испано-каталонского конфликта сквозь призму Твиттер-коммуникаций // Сравнительная политика. 2020. № 1. С. 151-159.
39. Мид Дж. Философия настоящего. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. 272 с.
40. Нарочницкая Е.А. Понимание сепаратизма // Актуальные проблемы Европы. 2015. № 1. С.14-21.
41. Орлов А.А. Проблема терроризма в Испании: ЭТА – «ударный отряд» баскского национализма. М.: Рус. панорама, 2009. 190 с.
42. Паисова А.А. Роль газеты «Эль Паис» в современных медиапроцессах Испании (информационная политика в 1996-2001 гг.): Дисс. ...канд. филолог. наук: 10.01.10. М., 2005.
43. Пашков Г.Н. Журналистика Испании // Вестник Московского университета. Сер. Журналистика. 1998. № 6. С. 69-76.
44. Пашков Г.Н. Журналистика Испании XVII-XX вв. Краснодар: Кубанский госуниверситет, 2002. 190 с.
45. Пиаже Ж. Речь и мышление ребенка. М.: АСТ, 2020. 352 с.
46. Пименова О.И. Концептуализация представлений о социальной идентичности в социальных науках // Вестник Вятского государственного университета. 2011. № 4. С. 65-69.
47. Писаренко Н.В. Идентичность в аспекте коммуникации: теоретические подходы // Вестник Томского государственного университета. 2005. № 286. С. 118-122.
48. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Паблишер. 2011. 453 с.
49. Прутцков Г.В. Газета Diari Catala и её роль в формировании литературного каталанского языка. М.: Факультет журналистики МГУ, 1997. 19 с.
50. Прутцков Г.В. Печать как фактор формирования литературного

каталанского языка (Зарождение и развитие печати Каталонии в XVII-XIX веках): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М.: МГУ, 1998. 24 с.

51. Прутцков Г.В. Проблема каталонской национальной идентичности на страницах газет «Ла Ренайшенса» (La Renaixensa) и «Ла Вангвардиа» (La Vanguardia) в конце XIX-начале XX века // МедиаАльманах. 2016. № 1. С. 63-68.

52. Сафонов В.И. Телевидение Испании: демократический путь развития. Дисс. ...канд. филолог. наук: 10.01.10. М., 2000.

53. Смирнова А.Г., Киселев И.Ю. Идентичность в меняющемся мире. Ярославль: Ярославский государственный университет, 2002. 298 с.

54. Смолярова А.С. Функциональное разнообразие этнокультурных медиа // Медиаскоп. 2014. № 3. С. 8-9.

55. Столин В.В. Самосознание личности. М.: Издательство Московского университета, 1983. 284 с.

56. Тамарович А.Ю. Движение за независимость Каталонии: причины и предпосылки сепаратизма // Известия Иркутского государственного университета. 2013. С. 148-156.

57. Тарасенко П.Н. Интернет-СМИ Испании. Особенности и специфика функционирования на современном этапе. Дисс. ...канд. филолог. наук: 10.01.10. М., 2013

58. Тумин А.Д. Эволюция испанской национальной коллективной идентичности: от противостояния «двух Испаний» к «конституционному патриотизму» // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. 2018. № 3 (199). С. 88-95.

59. Федотова Л.В. Народная культура как основание поисков романтизмом национальной идентичности: монография. М.: Альтаир, 2011. 281 с.

60. Федотова Л.В. Поиск национальной идентичности как основной вектор развития романтизма // Знание. Понимание. Умение. 2011. № 1. С. 173-178.

61. Фролова Ю.Н. Проблемы суверенитета и национального самоопределения в Испании в условиях глобализации: автореф. дис. ... канд. полит. наук. М. 2020. – 32 с.



62. Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы: исследования относительно категории буржуазного общества: с предисловием к переизданию 1990 года. М.: Весь Мир, 2016. 342 с.

63. Хенкин С.М. Каталонский конфликт вчера и сегодня // Европа: вызовы сепаратизма. Актуальные проблемы Европы. ИНИОН РАН. 2015. № 1. С. 117-138.

64. Хенкин С.М. Сепаратизм по-каталонски // Мировая экономика и международные отношения. 2018. Т. 62. № 5. С. 29-40.

65. Хинер С. Языки Испании // Испания-Каталония. Империя и реальность. М.: REGNUM, 2007. 92 с.

66. Хорольский В.В. «Красота» и «польза» в медийном тексте: к вопросу о путях развития теории массмедиа // Вестник Московского университета. Сер.10. Журналистика. 2018. № 3. С. 72-87.

67. Хорольский В.В., Маркина Ю.В. Медиакорпорации Запада и проблема «глокализации» в СМИ // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 8. Литературоведение. Журналистика. 2017. № 1. С. 68-77.

68. Швецова А.В. Национальная идентичность как социокультурный феномен // Обсерватория культуры. 2017. № 14(6). С. 653-661.

69. Шишмарёв В.Ф. Очерки по истории языков Испании. М.: Едиториал УРСС, 2002. 344 с.

70. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность. М.: МОСУ, 2001. 272 с.

71. Эрикссон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996. 344 с.

## **II. ИНОЯЗЫЧНЫЕ ИСТОЧНИКИ**

72. ABC, 1 de febrero de 2017.

73. Albert P. Historia de la Prensa. Madrid, 1990.

74. Albig W. Public Opinion and Propaganda. Sturgis Press, 2007. 496 p.

75. Alcalá C. Claves Históricas del Independentismo Catalán. Madrid: Grafite Ediciones, S.L., 2006. 264 p.

76. Aranda J.J.S., Albert P. Historia de la Prensa. Madrid: Ediciones RIALP, 1990.
77. Balcells A. Breve historia del nacionalismo catalán. Madrid: Alianza Editorial, 2004. 297 p.
78. Cadena J.M. Records d'uns primers temps de professio periodistica. Treballs de Comunicacio, 2. Juny de 1992. Pp. 75-82.
79. Cadena J.M. // Serra d'Or. 1974. № 7.
80. Casacuberta J.M. Lo verdader català. Primer òrgan periodístic de la Renaixença (1843). Barcelona: Editorial Barcino, 1956. 139 p.
81. Cataluña. El mito de la secesión. Desmontando las falacias del soberanismo. Barcelona: Editorial Almuzara, S.L., 2014. 299 p.
82. Centelles S.M. La lluita de les dones per aconseguir l'espai public a Espanya. Del sexenni democratic a la segona republica, Valencia, 2016. 130 p.
83. El Mundo, 31 de enero de 2017.
84. Euronews, January, 27, 2017.
85. Eller J. D. Ethnicity, Culture, and "The Past" // Michigan Quarterly Review. 1997. Vol. 36, № 4.
86. Fainé M.C. Identidad y política en Cataluña: el auge del independentismo en el nacionalismo catalán actual // Quaderns-e de l'Institut Català d'Antropologia. 2014. № 19 (2). P. 79-99.
87. Ferrer F. La persecucio politica de la llengua catalana. Barcelona: Edicions 62, 1986. 308 p.
88. Figueres J.M. La premsa catalana. Barcelona: Col.lecció Nissaga, Dalmau, 1989.120 p.
89. Figueres J.M. "La Renaixensa". Diari de Catalunya (1881-1905). Barcelona: Rafael Dalmau, 1981. 60 p.
90. Gellner E. Nations and nationalism. Ithaca: Cornell University Press, 1983. 145 p.
91. Gerard Artigas. D'Arenys 2009 a 1 d'octubre 2017. El Punt Avui, 12.06.2017. URL: <http://www.elpuntavui.cat/politica/article/17-politica/1165610-d-arenys-2009-a-1-1-d-octubre-2017.html> (дата обращения: 01.12.20)

92. Givanel-i-Mas J. Bibliografia cataiana premsa. Barcelona: Institutio Patxot, 1937. 627 p.
93. Guillamet J. Conocer la prensa. Barcelona: Gili, 1988. 141 p.
94. Guillamet J. Història de la premsa, la ràdio i la televisió a Catalunya (1641-1994). Barcelona: La Campana, 1994. 277 p.
95. Guillamet J. La premsa a Catalunya. Barcelona: Diputacio de Barcelona, 1988. 133 p.
96. Hale H.E. The foundation of ethnic politics: Separatism of States and Nations in Eurasia and the World. Cambridge: Cambridge University Press. 2008. 282 p.
97. Hall S. Signification, representation, ideology: Althusser and the post structuralist debates // Critical Studies in Media Communication. 1985. Vol. 2. No. 2. P. 91-114.
98. Hallin D.C., Mancini P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. 342 p.
99. Jorba M. Actes del VI Col.loqui Intemacional de Llengua i Literature Catalanes. Barcelona: Curial Edicions Catalanes, 1983. 684 p.
100. Kosterman R., Feshbach S. Toward a Measure of Patriotic and Nationalistic Attitudes //Political Psychology, Vol. 10, No. 2 (Jun., 1989), pp. 257-274.
101. La Vanguardia. 8 de enero de 2017.
102. Leguina J. Los 10 mitos del nacionalismo catalán. Barcelona: Planeta, S.A. 224 p.
103. Llorens Via J. El primer catalanisme independentista // Etd'H. 2005. Abril 12-16-20.
104. Miquel-i-Verges J.M. La premsa catalana del vuit-cents (1801-1885). Barcelona: Barcino, 1937. 624 p.
105. Moring T. Functional completeness in minority language media // Hourigan N. Minority Language Media: Concepts, Critiques and Case Studies. Clevedon, Bufallo, Multilingual Matters, 2007. P. 17-33.
106. Muñoz L.A. El tratamiento en la prensa del movimiento independentista en Cataluña // Sphera Publica. 2014. Vol. 2. № 14. P. 104-126.

107. Poggeschi G. La nuova legge linguistica catalana nel quadro dell'evoluzione dello Stato regionale spagnolo // *Le Regioni*. 1998. № 5. P. 1107-1141.
108. Ramallo F. Minority languages in media communication // *Manual of Romance Language in the Media*. Boston: De Gruyter, 2017. P. 453-470.
109. Requejo F. Federalismo plurinacional y pluralismo de valores. El caso español. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2007. 203 p.
110. Riggins S.H. *Ethnic Minority Media: An International Perspective*. Newbury Park, Sage Publ., 2008. 288 p.
111. Robles A. *Historia de la resistencia al nacionalismo en Catalunya*. Barcelona: Biblioteca Crónica Global, 2014. 698 p.
112. Rius-i-Mossoll R. *Converses amb Josep Espriu*. Barcelona: Fundació Espriu, 1990. 177 p.
113. Sádaba T., Rodríguez-Virgili J. La construcción de la agenda de los medios // *ÁMBITOS*. 2007. №. 16. P. 187-211.
114. Santamaria L. *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*. Madrid, 1990.
115. Seoane M.C. y Saiz M.D. *Cuatro siglos de periodismo en España. De los avisos a los periódicos digitales*. — Madrid: Alianza Editorial, 2007.
116. Sepulveda Munoz I. La investigación del Nacionalismo: evolución, temas y metodología // *ETF*. 1996. Vol. 9. Serie V. P. 315-336.
117. Sobreques J. *La Revolució de Setembre i la premsa humorística catalane*. Barcelona, Dalmau, 1965. 58 p.
118. Tajfel H. *Social Identity and Intergroup Relations*. Cambridge University Press: Cambridge, 1982, 546 p.
119. Tasis R. *Barcelona. Imatge i historia d'una ciutat*. Barcelona: Dalmau, 1961. 521 p.
120. Termes J. *De la Revolució de Setembre a la fi de la guerra civil*. Barcelona: Edicions 62, 1988.
121. Torrent J., Tasis R. *Història de la premsa catalana*. Barcelona: Bruguera, 1966. 1711 p.

122. Tsygankov A.P. Pathways after Empire. National identity and foreign economic policy in the post-soviet world. Lanham, 2001. 237 p.

123. Tubau I. Nada por la patria. La construccion periodistica de naciones virtuales. Barcelona: FLOR DEL VIENTO, 1999. 278 p.

### **III. ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ**

124. Глоссарий по политической психологии. URL: <http://2013lib.ru/dictionary/8/word/identichnost> (дата обращения 10.09.20).

125. Декларация о принципах международного права, касающихся дружественных отношений и сотрудничества между государствами в соответствии с Уставом Организации Объединённых Наций. Принята резолюцией 2625 (XXV) Генеральной Ассамблеи ООН от 24 октября 1970 года. URL:

[https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/intlaw\\_principles.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/intlaw_principles.shtml)  
(дата обращения 04.08.2021)

126. Прутцков Г.В., Говряков И.Ю. Национальная идентичность каталонцев через призму научной публицистики: опыт библиографии // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnaya-identichnost-katalontsev-cherez-prizmu-nauchnoy-publitsistiki-opyt-bibliografii> (дата обращения: 02.04.2023).

127. Социальная психология личности и акмеология: сборник материалов Международной научно-практической конференции. – М.: Издательство «Перо», 2017. – Мбайт. / под редакцией Р.М. Шамянова (отв. ред.), М.А. Кленовой / [Электронное издание] URL: [https://www.sgu.ru/sites/default/files/conf/files/2017-10/sbornik\\_materialov\\_konferencii\\_19-20\\_oktyabrya\\_saratov.pdf](https://www.sgu.ru/sites/default/files/conf/files/2017-10/sbornik_materialov_konferencii_19-20_oktyabrya_saratov.pdf)

128. Научный журнал Байкальского государственного университета «Вопросы теории и практики журналистики». URL: <http://jq.bgu.ru/classes/pdfDL.ashx%3Fid%3D24169>

129. Печать как фактор формирования литературного каталанского языка (зарождение и развитие печати Каталонии в XVII – XIX веках) URL: <https://cheloveknauka.com/pechat-kak-faktor-formirovaniya-literaturnogo-katalanskogo-yazyka-zarozhdenie-i-razvitie-pechati-katalonii-v-xvii-xix-vek>
130. Журналистика второго десятилетия XXI в. в исследованиях российских и белорусских ученых: проблематика и альтернативы. URL: <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/10/feed>
131. Прутцков Г.В. Политические скандалы в Каталонии в оценках испанских и каталонских медиа // Медиаскоп. 2020. Вып. 2. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2620> DOI: 10.30547/mediascope.2.2020.4
132. Референдум в Каталонии. Новая волна суверенитетов? URL: [https://zavtra.ru/blogs/referendum\\_v\\_katalonii\\_novaya\\_volna\\_suverenitetov](https://zavtra.ru/blogs/referendum_v_katalonii_novaya_volna_suverenitetov)
133. Устав автономии Каталонии (2006). URL: <https://www.parlament.cat/document/cataleg/150268.pdf> (дата обращения 13.11.20).
134. Calendari dels Pagesos. URL: <http://www.calendaridelspagesos.cat/calendari/> (Дата обращения: 26.08.2020).
135. Catalanisme // Gran enciclopèdia catalana. URL: <http://www.enciclopedia.cat/EC-GEC-0224838.xml> (дата обращения 11.09.2020).
136. El País.com. URL: [www.elpais.com](http://www.elpais.com) (дата обращения: 28.08.2020).
137. El Periodico.com.es.: URL.: <http://www.elperiodico.com/es/> Дата обращения: 2.09.2020).
138. El Punt Avui.cat. URL: <http://www.elpuntavui.cat/> (дата обращения: 2.09.2020).
139. Els àudios del programa El suplementhttp. URL: <http://www.ccma.cat/catradio/> (дата обращения: 1.09.2020).
140. La Vanguardia. URL: <http://www.lavanguardia.com/> (дата обращения: 24.08.2020).
141. Llibertat.cat – Portada. URL: <https://www.llibertat.cat/2009/12/700.000-persones-podran-votar-dema-per-la-independencia-8426> (дата обращения: 25.08.2020).

142. Marca.com. URL: [www.marca.com](http://www.marca.com) (дата обращения: 29.08.2020).

143. OJD: El País cae por debajo de los 100.000 ejemplares y ABC supera a El Mundo en ventas URL: [https://www.lespanol.com/invertia/medios/20200303/pais-debajo-ejemplares-abc-supera-mundo-ventas/471953621\\_0.html](https://www.lespanol.com/invertia/medios/20200303/pais-debajo-ejemplares-abc-supera-mundo-ventas/471953621_0.html) (дата обращения: 04.08.2021).

144. RTVE. Es: URL. <http://www.rtve.es/noticias/20141004/ayuntamientos-catalanes-cierran-filas-convocatoria-del-9n-ahora-nunca/1022500.shtml> (дата обращения: 25.08.2020).

145. Vilaweb. URL: <http://www.vilaweb.cat/11desetembre> (дата обращения: 27.08.2020).

146. Xarxa Feminista de Catalunya. URL: <http://www.feministas.org/+xarxa-feminista-de-catalunya+.html> (дата обращения: 28.08.2020).

---

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

### Словарь используемых терминов

**Modus operandi** – в переводе с латинского «образ действия». В тексте упоминается в значении «поведенческие привычки».

**Аберрация** – (лат. aberratio, от ab – от и errare – блуждать, уклоняться), в тексте – отклонение от истины, изменение, подмена понятий.

**Абстинентный синдром** – синдром физических и/или психических расстройств, развивающийся у больных наркоманией и алкоголизмом спустя некоторое время после прекращения приёма наркотика, алкогольных напитков или уменьшения их дозы. Абстинентный синдром является составной частью синдрома физической зависимости.

**Автономия** – autos – сам, nomos – закон (греч.). Право подчиненной области, страны, провинции на самоуправление.

**Актор** – в переводе с латинского *actor* – деятель.

- 1) Актор – участник мировой политики, который может влиять на процессы, происходящие в мире;
- 2) Актор – действующий субъект (индивидуальный или коллективный); индивид, социальная группа, организация, институт, общность людей, совершающих действия, направленные на других.

**Анархизм** – общественно-политическое течение, согласно которому общество может и должно быть организовано без участия государства как органа принуждения.

**Анархо-синдикализм** – общественно-политическое течение в рабочем движении, находящееся под идейным влиянием анархизма и выступающее за социально экономическое преобразование общества при помощи экономической борьбы профессиональных союзов (синдикатов).

**Ангажированность** –



- 
- 1) (с фр. вовлеченность) – сознательно выбранная обществом позиция;
  - 2) проведение чужих мыслей, выступление на трибуне или в СМИ в защиту чужих интересов под видом выражения своих позиций.

**Антагонизм** – (от греч. antahonisma спор, борьба) – противоречие, для которого характерна острая непримиримая борьба враждующих сил, тенденций; противостояние.

**Антиклерикализм** – (от греч. *ἀντι* – против и *κληρικός* – клирик) – движение, направленное против притязаний религиозных организаций и духовенства на господство или влияние в политической, экономической и культурной областях, а также в сфере науки и образования.

**Архетип** – в переводе с гр. *archetypon* – оригинал, аутентичное произведение. Первичный образ, древняя форма, прообраз, прототип.

**Ассоциативная цепь** – в психологии цепочка закономерных связей между отдельными событиями, фактами, предметами или явлениями, отраженными в сознании и закрепленными в памяти.

**Аудиовизуальные СМИ** – средства массовой информации, к которым относятся телерадиоорганизации, студии; юридические лица, которые проводят и/или распространяют теле/радиопередачи и теле/радиопрограммы.

**Аффективная составляющая** – эмоциональная составляющая; чувственное оценивание себя, источником которого является субъективная интерпретация реакций других людей.

**Баннер** – графическое изображение или текстовый блок рекламного характера.

**Билингвизм** – *bilingualism* – двуязычие. Предполагает, что индивидуум одинаково хорошо владеет двумя языками и может с равным успехом пользоваться ими в разных ситуациях. Помимо владения двумя языками, билингвы характеризуются способностью не смешивать две языковые системы, что позволяет им легко переключаться с одной на другую.

**Вербализация** – *verbalisation* – словесное выражение чего-либо, воплощение в слова; реализация намерения субъекта выразить свою мысль в словесной

---

форме; завершающая фаза порождения речевого высказывания, переход от внутренней речи к внешней речи.

**Верификация** –

- 1) проверка с помощью доказательств, каких-либо теоретических положений, алгоритмов, программ и процедур путем их сопоставления с опытными (эталонными или эмпирическими) данными, алгоритмами и программами;
- 2) подтверждение соответствия конечного продукта predetermined эталонным требованиям;
- 3) методика распознавания лжи (укрывательства, искажения).

**Гендерный аспект** – половые стереотипы; социально разделяемые представления о личностных качествах и поведенческих моделях мужчин и женщин, а также о половой специфике социальных ролей.

**Генезис** – (*греч. génesis*) происхождение, возникновение; в более широком смысле – зарождение и последующий процесс развития, приведший к определенному состоянию, виду, явлению.

**Геополитика** – греч. γη – земля + πολιτική политика; географическая политика – наука о контроле над территорией, о закономерностях распределения и перераспределения сфер влияния (центров силы) различных государств и межгосударственных объединений. Относится к роду общественно-географических наук, являясь частью политической географии.

**Гипнабельность** – индивидуальная способность подвергаться гипнотическому воздействию, достигать гипнотического состояния той или иной глубины.

**Глобализация** – процесс усиления взаимосвязи и взаимовлияния основных направлений и составляющих развития мирового сообщества. В широком понимании – это многофакторное взаимодействие разнообразных явлений международной жизни.

**Гомеостаз** – от греч. homoios (тот же самый, похожий) и греч. stasis (неподвижность, стояние) – способность организма или системы организмов поддерживать устойчивое (динамическое) равновесие в изменяющихся условиях среды. В тексте – относительное динамическое постоянство.

---

**Гомогенность** – однородность, одинаковость.

**Депривация** – (от англ. deprivation) недостаток экономических и эмоциональных опор, общепринятых в качестве базисных основ человеческого опыта.

**Децентрализация** – от лат. – de от и centrum центр, средоточие. В целом: удаление, отделение от центра; в частности: управление, противоположное централизации; развитие самоуправления в отдельных провинциях государства.

**Диалект** – разновидность общенародного (национального) языка, на котором говорит население какой-либо местности, территории; говор, наречие; социальная разновидность языка.

**Дискурс** – фр. discours, англ. discourse, от лат. discursus – движение, круговорот; беседа, разговор; речь, процесс языковой деятельности; способ говорения.

**Диспозиция** – от лат. Dispositio – расположение, расстановка.

**Диспропорции** – в экономике – несбалансированность в развитии отдельных отраслей, взаимосвязанных фаз производства, порождающая нарушение нормального хода процесса воспроизводства.

**Дифференциация** – нем. Differentiation, лат. Differentia – различие; разделение целого на различные части, формы, ступени; разграничение.

**Дуаль** – от лат. Dualis – двойственный.

**Идентичность** – от лат. idem тот же самый – тождественность, одинаковость, полное совпадение чего-либо с чем-либо.

**Индепенденты** – англ. independent – независимый, самостоятельный – приверженцы одного из течений протестантизма в Англии и ряде других стран; с конца XVI в. – левое крыло пуританской партии.

**Инсайт** – англ. Insight – пронизательность, понимание, непосредственное постижение, озарение.

**Интерфейс** – от англ. Interface – совокупность технических и программных средств, обеспечивающих взаимодействие различных функциональных устройств вычислительных, управляющих или измерительных систем.

---

**Карлисты** – с исп. carlistas – политическая партия в Испании, в XIX в. принявшая активное участие в трех гражданских войнах; приверженность дон Карлосу.

**Катализатор** – вещество, ускоряющее или замедляющее химическую реакцию, само при этом не изменяющееся. В тексте – в переносном смысле; нечто, запускающее какой-либо процесс.

**Каталонизм** – каталонское национальное движение или каталонский национализм – социальное, культурное и политическое движение в так называемых каталанских странах, направлено на утверждение политической, языковой и культурной идентичности Каталонии и территорий, где распространён каталанский язык.

**Каталонский модернизм** – историографическое обозначение, данное движению в искусстве и литературе, связанному с поиском нового статуса каталонской культуры, одной из самых распространенных культур в Испании. В настоящее время каталонский модернизм считается движением, основанным на культурном возрождении каталонской идентичности.

**Категориальный аппарат** – система понятий, воспроизводящих разные стороны изучаемого наукой объекта.

**Квазиреальность** – от англ. Quasi – почти, будто и reality – реальность; параллельная реальность.

**Кластер** – от англ. Cluster – гроздь, скопление. Скопление однотипных объектов; объединение в систему однородных единиц. В тексте – слой общества.

**Когнитивное столкновение** – прием организации текста, который предполагает намеренное столкновение различных дискурсов единого информационного пространства для достижения определенной цели; конфликт.

**Колониализм** – идеологическая теория и практика экономических действий государств и крупных корпораций, направленные на колонизацию территорий других государств, навязывание им экономических режимов, не соответствующих интересам страны и ее народа.

---

**Коммунизм** – от лат. *communis* общий – политическое учение, принимающее за основание общественной жизни уравнивание всех членов общества, общее пользование имуществом, с уничтожением всякой личной собственности.

**Коммуникативистика** – научная область знаний; дисциплина, изучающая широкий спектр теоретических и практических вопросов функционирования различных видов коммуникаций человека в обществе.

**Конвергенция** – от лат. *Vergere* – склоняться, стремиться; стремление к сближению.

**Конспирология** – система взглядов, течение в истории и политологии, объясняющее те или иные события как следствие заговоров тех или иных тайных сил, как правило тайных обществ или оккультных явлений; теория заговоров.

**Конструкт** – от лат. *constructio* – построение) теоретическое или аксиоматическое построение, концепт, схема, конфигуратор.

**Контент-анализ** – анализ влияния содержания СМИ на индивидуальное и общественное мнение, национальную этническую идентичность, ценностные установки людей.

**Контрадикторный** – лат. *contradictorius* – противоречивый, противоположный по значению.

**Конъюнктура** – от лат. *Conjunctura* – связь; совокупность условий, влияющих на что-либо, обстановка, ситуация.

**Кортесы** – исп. *cortes*, от *corte* двор, дворец – представительные собрания государственных чинов в Испании и Португалии для обсуждения и вотирования законов.

**Космополитизм** – (от греч. *kosmopolitus* – гражданин мира) – идеология мирового гражданства, отрицающая государственный и национальный суверенитет; система взглядов, основанная на отказе от признания приоритетности национальных традиций и культуры перед традициями и культурой др. стран и народов, исходящая из единых интересов и ценностей всего человечества.

---

**Ксенофобия** – с греческого xenos чужой + phobos страх; неприязнь ко всему иностранному.

**Левоцентризм** – совмещение умеренно левых политических взглядов и методов социальных преобразований, по некоторым вопросам объединение с центристами.

**Либерализм** – от лат. liberalis – свободный – идейное течение, в основе которого лежит убеждение в необходимости постепенного реформирования общества с целью более полной реализации индивидуальных ценностей, и в первую очередь индивидуальной свободы.

**Литография** – от греч. Lithos – камень и grapho – пишу, рисую; – специфический вид тиражной графики, способ плоской печати, при котором оттиски получают переносом краски под давлением с плоской (нерельефной) печатной формы непосредственно на бумагу.

**Логотип** – гр. logos слово + typos отпечаток – специально разработанное, оригинальное начертание полного или сокращенного наименования фирмы (или группы товаров данной фирмы); символическое именование.

**Лояльность** – от франц. или англ. loyal верный. Верность действующим законам, постановлениям органов власти (иногда только формальная, внешняя); корректное, благожелательное отношение к кому-либо или чему-либо.

**Магнат** – от лат. magnatus – богатый, знатный человек; представитель крупного промышленного и финансового капитала; лицо, аккумулирующее значительные суммы денег; крупный капиталист.

**Макроопрос** – опрос большого количества людей для быстрого получения информации.

**Манкомунитат (Mancomunitat)** – Каталонское содружество – административное объединение четырёх провинций Каталонии.

**Массмедиа** – англ. massmedia – то же, что средства массовой информации – различные средства массовой коммуникации и развлечения: газеты, журналы и прочие печатные издания, телевидение, радио и кино.

**Медиадискурс** –

- 
- 1) специфичный тип речемыслительной деятельности, характерный исключительно для информационного поля масс-медиа;
  - 2) любой вид дискурса, реализуемый в поле массовой коммуникации, продуцируемый СМИ.

**Медиаконцерн** – то же, что медиаконгломерат (медиаимперия, медиахолдинг, медиагруппа, медиакорпорация, мультимедийный холдинг) – холдинговая компания, владеющая значительным количеством медиаресурсов.

**Медиапотребление** – количество используемых информационных или развлекательных СМИ одним человеком или группой людей. Понятие включает в себя чтение книг и журналов, просмотр фильмов и телевизионных программ, прослушивание радио и взаимодействие с новыми видами медиатехнологий.

**Медиапространство** – англ. Media space – электронные условия, в которых группы людей могут работать вместе, даже если они не находятся в одном и том же месте в то же время.

**Медиарынок** – с англ. Mediamarket – район охвата аудитории средствами массовой информации, принадлежащими той или иной компании.

**Медиасистема** – комплекс различных каналов и разных типов содержания. В медиасистему исторически включали такие сегменты, как периодические печатные СМИ (газеты, журналы) и вещательные СМИ (радио, телевидение), называемые также «старыми» (традиционными) медиа.

**Ментальность** – менталитет. От позднелатинского mentalis – умственный. Определенный образ мыслей, совокупность умственных навыков и духовных установок, присущих отдельному человеку или общественной группе.

**Метрополия** – от греч. – государство в отношении к своим выселкам, колониям.

**Миноритарный язык** – язык национального (этнического) меньшинства. Как правило, м.я. выполняет значительно меньше социальных функций, чем мажоритарный язык, и не функционирует в наиболее престижных сферах общения (государственное управление, международная деятельность, наука,

---

высшее образование и т. п.). Обычно использование м.я. ограничено административными территориями проживания основной массы его носителей.

**Мозаичная культура** – социокультурная ситуация, характеризующаяся случайным, хаотическим восприятием разнородной информации большинством субъектов, в результате чего эта информация не организуется сознанием субъекта в иерархически упорядоченные структуры, а состоит из разрозненных обрывков, связанных простыми, чисто случайными отношениями близости по времени усвоения, по созвучию или ассоциации идей.

**Мониторинг** – англ. Monitoring – система наблюдений, оценки, прогноза состояния и динамики какого-либо явления, процесса или иного объекта с целью его контроля, управления его состоянием, охраны, выявления его соответствия желаемому результату или первоначальным предположениям.

**Монополярность** – (моно + лат. polus – полюс). Характеристика течения психических процессов, обладающих полярно противоположной симптоматикой, но ограничивающегося лишь одним из этих симптомокомплексов.

**Национализм** – буржуазная идеология и политика, ставящая свою, господствующую нацию в привилегированное положение и направленная на угнетение других национальностей, на создание вражды между ними.

**Национально-культурная специфика** – идентичность или чувство принадлежности, как часть самоконцепции и самовосприятия национальности, этнической принадлежности, религии, социальному классу, поколению, местности и т.д.

**Неогуманизм** – педагогическое течение, выдвинувшее в качестве основной цели воспитания современного человека античный идеал личности. Идеи неогуманизма зародились в Германии в середине XVIII века.

**Нон грата** – от лат. personanongrata – буквально, нежелательная личность. В дипломатии – дипломатический представитель, не пользующийся доверием со стороны правительства того государства, куда он назначается, или потерявший такое доверие и подлежащий отзыву.



---

**Онтогенез** – гр. on (ontos) сущее + genos рождение – биологическая совокупность преобразований, претерпеваемых организмом от зарождения до конца жизни.

**Парадигма** – от греч. paradeigma – пример, образец – совокупность научных достижений, признаваемых всем научным сообществом в тот или иной период времени и служащих основой и образцом новых научных исследований.

**Партийная пресса** – периодическое печатное издание, принадлежащее определенной политической организации, финансируемое ею, позиционирующее ее и пропагандирующее ее идеи.

**Паттерн** – англ. Pattern – образец, шаблон, система.

**Педалирование** – выдвигание, усиление, ускорение.

**Пертурбация** – лат. perturbatio – внезапный переворот в чем-либо, нарушение нормального хода явления, события, вызывающее замешательство.

**Политеизм** – греч., от polys – многий, и Theos – Бог. Многобожие, религия, допускающая много божеств, в противоположность монотеизму, единобожию.

**Полиэтничность** – состоящий из нескольких народностей, национальных групп; относящийся к ним.

**Поляризация** – (франц. polarisation, первоисточник: греч. pólos ось, полюс) – процессы и состояния, связанные с разделением каких-либо объектов, преимущественно в пространстве.

**Популизм** – (от лат. populus – народ) разнородные по идейно политическому содержанию общественные течения и движения, апеллирующие к широким массам и отражающие противоречивость массового сознания. Основные идеи популизма: прямое участие народа в управлении («прямая демократия»), авторитетный лидер, недоверие к представительным государственным институтам, критика бюрократии, коррупции и т. д.

**Прайм-тайм** – (англ. primetime, букв. – первоклассное время), эфирное время на радио и телевидении, охватывающее максимальное количество радиослушателей и телезрителей (обычно с 19 до 22 часов); самое дорогое эфирное время для рекламы, предвыборной агитации и т. п.

---

**Предварительная цензура** – система цензуры, при которой издание должно получить разрешение на выпуск в свет на стадии рукописи.

**Представительная демократия** – (англ. representative democracy) – осуществление власти народом не непосредственно (на выборах, референдуме и т.п.), а через выборных полномочных представителей, действующих в составе представительных государственных органов и органов местного самоуправления.

**Про и контра** – лат. pro et contra – за и против.

**Пропаганда** – (от лат. propaganda – подлежащее распространению) – популяризация и распространение политических, философских, религиозных, научных, художественных или иных идей в обществе посредством устной речи, средств массовой информации, визуальных или иных средств воздействия на общественное сознание.

**Публицистика** – (от слова публичный, общественный) – та область литературы, которая занимается политическими, общественными вопросами с целью проводить определенные взгляды в широких кругах читателей, создавать, формировать общественное мнение, возбуждать определенные политические кампании.

**Реакционные идеологии** – идеологии движения в направлении, резко противоположном предшествовавшей или в данный момент реализуемой в политике идеологии.

**Регионализм** – практика регионального управления или веру в его необходимость. Регионализм следует отличать от федерализма (federalism), при котором у нижнего уровня управления есть защищенная сфера деятельности, куда не может вмешиваться верхний уровень власти, а также от передачи полномочий (devolution), при которой верхний уровень власти передает нижнему уровню часть своих полномочий.

**Регулятивный** – направляющий, вносящий порядок, планомерность, регулярность во что-либо. Этика науки выполняет следующие основные функции: регулятивную, оценочную, организационно-интегрирующую,

---

ориентационно-мотивационную, коммуникативную, воспитательную и преимущественно – радиционную.

**Редакционная политика** – термин из области журналистики, описывающий многоуровневый комплекс принципов и предписаний (преимущественно формальных), лежащих в основе организации работы редакции средства массовой информации (СМИ).

**Резолюция** – (лат., от *resolvere* разрешать). Решение на словах или на письме; приговор; надпись начальствующего на деловой бумаге, с указанием необходимого по ней решения.

**Репрезентация** – многозначное понятие, широко употребляется в философии, психологии, социологии, социальном познании в целом. Наиболее общее определение может быть зафиксировано как представление одного в другом и посредством другого.

**Респондент** – (от англ. *respondent* отвечающий) – участник социально психологического исследования, выступающий в роли опрашиваемого.

**Референтная группа** – (от лат. *refero* – отношу, связываю, сопоставляю) – эталонная группа, представленная в сознании индивида группа людей, нормы и ценности которой выступают для него эталоном.

**Реципиент** – (от лат. *recipientis* получающий) субъект, воспринимающий адресованное ему сообщение. Субъект, реагирующий на сообщение, респондент.

**Речевые клише** – стереотипные выражения для стилистического оформления накопленной научной информации путем ее организации в связный текст устойчивыми (типичными) лексическими средствами.

**Самокатегоризация** – процесс, суть которого в том, что мы бессознательно определяем себя как членов каких-либо групп, т.е. мы относим себя к той или иной категории людей.

**Самосознание** – осознание, оценка человеком своего знания, нравственного облика и интересов, идеалов и мотивов поведения, целостная оценка самого себя как чувствующего и мыслящего существа, как деятеля.

---

**Сдвиг последней минуты** – ситуация, когда электорат в последний момент меняет своё мнение в пользу той или иной партии под воздействием общественного мнения.

**Семантический террор** – греч. *semantikos* + лат. *terror* – страх, ужас) – злоупотребление семантическими и паралингвистическими аспектами речи с целью пробудить у кого-либо агрессивные тенденции или кого-то запугать.

**Сенсбилизм** – обращение к прямому опыту, в тексте – теория националистического сенсбилизма.

**Сепаратизм** – (фр. *separatisme* от лат. *separatus* отдельный), стремление к отделению, обособлению; движение за отделение части государства и создание нового государственного образования или за предоставление части страны автономии.

**Серфинг сайтов** – перемещение по гиперссылкам на страницах сайтов в сети Интернет в ознакомительных целях.

**Сецессия** – (лат. *secessio*) выход из состава государства какой-либо его части.

**Символический интеракционизм** – (англ. *interaction* – взаимодействие) – теоретико-методологическое направление в социологии и социальной психологии (прежде всего, американской), кладущее в основу анализа социокультурной реальности социальные (с акцентированием межиндивидуального аспекта) взаимодействия, взятые в их символическом (особенно языковом) выражении.

**Социализм** – обозначение учений, в которых в качестве цели и идеала выдвигается осуществление принципов социальной справедливости, свободы и равенства, а также общественного строя, воплощающего эти принципы.

**Социальная общность** – совокупность людей, выделяемая по критерию территориальных и социокультурных параметров и объединяемая устойчивыми связями и отношениями.

**Социальные страты** – элемент социальной структуры (социальный слой или группа), объединённый неким общим общественным признаком (имущественным, профессиональным или иным).

---

**Социум** – (лат. socius товарищ, компаньон) общество, социальная среда человека, совокупность исторически сложившихся форм деятельности людей.

**Специфика** – (от средневекового лат. specificus особый особенный), отличительные, характерные особенности, присущие только данному предмету, явлению.

**Спирали молчания** – (англ. The spiralofsilence) – теория в политологии и массовых коммуникациях, предложенная немецким политологом Элизабет Ноэль-Нойман. Политолог утверждает, что человек с меньшей вероятностью выскажет свое мнение на ту или иную тему, если чувствует, что находится в меньшинстве, так как боится возмездия или изоляции (игнорирования).

**Тезаурус** – отдельная программа или функция в текстовых процессорах, содержащая слова и синонимы для их замены, которые используются при проверке орфографии.

**Тенденция** – (от лат. tendo направляю), направление развития к явлению или процессу.

**Тендер** – (от англ. tend обслуживать) конкурентные торги открытого типа (открытый тендер) или закрытые, для ограниченного числа участников (закрытый тендер), конкурсная форма размещения заказа.

**Тривиализация** – снятие «маркера» необычности, то есть, нетривиальности с явления, факта, события. Например, признание чуда обыденным явлением или занижение уровня значимости того или иного события.

**Унионизм** – стремление к объединению, слиянию.

**Унитарное государство** – государство, на территории которого нет федеративных единиц (штатов, земель и пр.), но часть властных полномочий передана административно территориальным единицам: департаментам, областям, районам.

**Федерализм** – (от лат. foedus союз, с греч. окончанием). Система политики, по которой несколько маленьких государств составляют союз.

**Фейк** – ложь, подделка, нелегальная копия.

---

**Феминизм** – Общая совокупность явлений, характеризующих возрождение женщины и стремление её занять самостоятельную роль в жизни до уравнивания политических и гражданских прав с мужчинами.

**Филогенез** – (гр. *phyle* племя, род, вид + *genos* рождение, род) биологический процесс развития живых организмов; эволюция всей популяции.

**Франкизм** – фашистский режим диктатора Франко, установленный в Испании после гражданской войны 1936-1939 гг.; идеологическая и политическая доктрина испанского фашизма.

**Хартия** – название ряда документов, в которых нашли выражение политические требования социальных слоев и классов.

**Хронотоп** – (греч. *chronos* – время и *topos* – место), пространственно-временные координаты, в которых происходит действие произведения.

**Центризм** – (нем. *Zentrismus* от лат. *centrum*) – состояние сознания и деятельности политических сил, характеризующееся умеренными, компромиссными, основанными на значительной социальной базе, разумными действиями нерадикального характера.

**Цифровизация** – переход с аналоговой формы передачи информации на цифровую.

**Шовинизм** – (франц. *chauvinisme*), крайняя форма национализма, проповедь национальной исключительности, противопоставление интересов одной нации интересам всех других наций, распространение национального чванства, разжигание национальной вражды и ненависти.

**Эгида** – (от греч. *aigis* – родительный падеж *aigidos*), в древнегреческой мифологии щит Зевса, символ покровительства и гнева богов. «Под эгидой» – под защитой, покровительством, руководством.

**Эмансипация** – (лат. *emancipare* эмансипировать). Освобождение от подчиненности.

**Этнос** – [гр. *ethnos* народ, племя] исторически возникший вид устойчивой социальной группировки людей, представленный племенем, народностью, нацией.

---

**Эффект одной упряжки** – ситуация, при которой индивид пытается выдать себя за сторонника партии-победителя, даже если на самом деле голосовал иначе. Также называется «эффект успеха».

---

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

### Список упоминаемых медиа

**El 33** – (до 2001 года канал 33) – второй канал Televisióde Catalunya, принадлежащий Каталонской аудиовизуальной медиакорпорации (ССМА). Канал начал регулярные трансляции в 1989 году. ССМА провела реструктуризацию каналов, в результате которой «Канал 33» сменил название (на Эль 33) и логотип. Эль 33 – культурный и альтернативный канал. Программа El 33 состоит из культурных программ, документальных фильмов, дебатов и некоторых сериалов. Раньше этот канал транслировал детские и юношеские программы, а также спортивные программы и спортивные мероприятия, но эти программы были перенесены на Canal Super3 и Esport3.

**АВС, издание – (АВС, с исп. – «Алфавит»)** – испанская ежедневная газета, одна из трёх самых читаемых в стране. Имея тираж 322 тысячи экземпляров, АВС была второй в числе самых читаемых газет Испании (после El País и опережая El Mundo и каталонскую La Vanguardia); на 2019 год тираж издания составляет 54 008 экземпляров. Испания, главный редактор БьейтоРубидо. Основана 1 января 1903 года.

**Ara («Сейчас»)** – каталонская ежедневная газета, которая начала выходить в 2010 году, что совпало с парламентскими выборами в Каталонии. Это третья самая читаемая ежедневная газета в Каталонии. Интернет-издание ARA в сентябре 2017 года посетило почти 3,2 миллиона посетителей, что сделало его самой популярной онлайн-газетой на каталанском языке; в марте 2018 года количество читателей печатной версии достигло отметки в 129000 человек. Редактор-основатель – Карлес Капдевила, нынешний редактор – Эстер Вера. Президент – ФерранРодес, а генеральный директор – Сальвадор Гарсия. В консультативный совет газеты входят журналисты Антони Бассас, Альберт Ом и Тони Солер.



---

**Avui (Авуи)** – ведущая ежедневная газета на каталанском языке, которая впервые вышла в свет 23 апреля 1976 г. в Барселоне. Политическое направление газеты – каталонский национализм, центризм. В 2011 году «Авуи» была куплена своим конкурентом, «Эль Пунт», в результате чего образовалась новая газета- «Эль Пунт Авуи».

**Las Barras Catalanas («Каталонские слитки»)** – ежедневная газета на испанском языке, возглавляемое Иннокенси Лопесом. Выступала за свободу и прогресс, выпускалась в четырехстраничном формате.

**LaBarretina («Шляпа»)** – был еженедельным юмористическим и сатирическим журналом, выходившим в период с января по октябрь 1868 года в первый период и до марта 1873 года во второй период. Основатель и руководитель – Антонио Фелиу-и-Кодина.

**Calendaridel Pages («Календарь крестьянина»)** – альманах, издаваемый в Каталонии с 1861 года. Это издание на каталанском языке, которое публикуется без перерыва на протяжении многих лет, включает в себя популярную информацию о затмениях, видимости планет, праздниках, ярмарках, рынках и фестивалях в Каталонии, а также советы по сельскому хозяйству и животноводству.

**La Campanade Gracia («Колокол благодарения»)** – сатирический еженедельник, основанный в 1870 году и прекративший свое существование в 1934 году. Выпускался на двух языках (каталанском и испанском). Основатель еженедельника – Иносенсио Лопес Бернагоши. Сначала журнал был сосредоточен на испанской политике, но со временем его идеологический тон изменился – в 1906 году он открыто выразил поддержку Solidaridad Catalana и каталонских левых политических сил рабочего класса. Штаб-квартира находилась в Барселоне.

**Lo Catalanista («Каталонист», Сабадель)** – газета каталонистской политической ориентации, издававшаяся в Сабаделе с сентября по октябрь 1887 года, заменив Diari Catalá, издание которой подвергалось цензуре и приостановке выпуска. Последний номер вышел 29 ноября или 1 декабря 1895 г.

---

(разночтения между источниками). Восьмистраничный формат издания был почти идентичен *Diari Català* и *La Veude Catalunya*. Основная цель газеты заключалась в поддержке Первого каталонистского конгресса; фактически в каждом выпуске он составлял хронику Конгресса.

**Catalonia («Каталония», 1898-1900 годы)** – Газета издавалась в Барселоне с 1898 года, в самом сердце Каталонии, стартовав под общим руководством Жауме Массо-и-Торренц, Игнаси Иглесиаса и Эрнеста Вендрелла с Жоаном Пересом-Йорба. Журнал стал идеологическим продолжением *L'Avenç*. Политическое направление менялось, но в основном соответствовало левым политическим взглядам. В настоящее время журнал можно назвать литературным еженедельником.

**El Catalán («Каталонец»)** – Газета, появившаяся во второй половине 1830-х годов на основе подъема общественной жизни в Каталонии, роста каталонского самосознания.

**Les Circunstancias («Обстоятельства»)** – республиканская газета, выпускавшаяся с 1874 по 1936 год в Реусе (Каталония). Одна из самых важных для газет республиканского движения. Девиз издания – «Либерализм, демократия, республика и социальная справедливость». Основана Хосепом Гуэлем-и-Меркадером.

**El Conceller («Член муниципалитета»)** – двуязычный литературно-политический журнал, основанный Виктором Баладером. По мнению Жозе Марии Кадены, журнал создал прецедент публикации художественных произведений самого редактора, опубликовав на своих страницах на каталанском языке поэму Виктора Бападера «К Деве Монсеррата», которая впоследствии стала образцом классической каталонской поэзии.

**Lo Cop («Вершина»)** – революционное каталонское издание тиражом до 25000 экземпляров, основанное в 1868 году. Мадридское временное правительство запретило газету, однако через три дня после закрытия, 24 октября 1868 года, в Барселоне появилась новая еженедельная газета – *Lo Somatent*, редакционный состав которой почти полностью повторял *Lo Cop*.

---

**El Correo Catalán («Каталонская почта»)** – газета, основанная в Барселоне 16 декабря 1876 года Мануэлем Мила де ла Рока. Изданная на испанском языке, она изначально служила карлистам, католикам и традиционалистам. За исключением трех лет гражданской войны газета выходила ежедневно в течение 109 лет. В XXI веке группа журналистов пыталась переиздать газету, но идея не была реализована из-за отсутствия необходимого бюджета.

**Las Cuatre Barras («Четыре слитка», Вилафранка дель Пенедес)** – одна из газет, по мнению Жозепа Михеля-и-Вержеса, оказавших наибольшее влияние на развитие идей каталонизма и каталонской журналистики.

**Diari Catalá («Каталонская газета»)** – основана Валенти Альмираллом и Льюзером в 1879 году, была первой газетой, полностью написанной на каталанском языке. Она защищала федеральный республиканизм и пыталась сформировать каталонское сознание. Выпуск газеты трижды приостанавливали, за это время она публиковалась под тремя альтернативными названиями: Lo Tibidabo, La Veude Catalunya и Lo Catalanista. Газета прекратила существование в 1881 г. после политического разрыва между федеральным каталанизмом Валенти Альмиралла и испанским федеральным республиканизмом Пи-и-Марагалла.

**Diaride Barcelona y del Gobemde Catalunya, или Diaridel Gobemde Catalunya y de Barcelona («Газета Барселоны и правительства Каталонии»)** – версия «Барселонской газеты», выпускавшаяся в период захвата Каталонии французскими оккупантами. В этот период газета издавалась на каталанском языке.

**Diari Segre (или просто Segre)** – ежедневная газета на испанском и каталонском языках, издающаяся в Лериде и выпускающаяся в формате таблоида. Основана в 1982 году. Газета является частью одноименной компании Diari Segre Media Group. В 1997 году Diari Segre опубликовала выпуск на каталонском языке, став первой двуязычной газетой Испании. Главный редактор – Хуан Кал Санчес.

**Diaride Girona («Газета Жироны»)** – периодическое издание общего характера, ориентированное на новости местного населения и округа провинции Жирона.

---

Она издается на каталанском языке, директор издания – Хорди Ксаргайо. Нынешняя *Diaride Girona* родилась в 1988 году как демократическое и независимое обновление фалангистской газеты *Los Sitios*, хотя многие считают ее, помимо ее непосредственного предшественника, прямым потомком *DiariodeGeronaofnotices y noticias*, газеты – защитницы Региональной лиги, существовавшей с 1889 по 1936 год.

**Diario 16 («Газета 16»)** – испанская газета, выходившая в Мадриде с 1976 по 2001 год, основанная редакторами журнала *Cambio 16*. Первый номер был опубликован 18 октября 1976 года, и он – после *El País* – стал одной из первых газет, созданных в конце диктатуры Франсиско Франко. Линия редакции характеризовалась защитой гражданских свобод и прав личности и стала символом переходного периода в Испании. В редакции работали такие известные журналисты, как Хуан Томас де Салас (основатель), Мигель Анхель Агилар и Грегорио Моран. Газета стала популярной благодаря отчетам об исследованиях, раскрывающих операцию «Галактика» и дело GAL. Позже издание начало испытывать финансовые затруднения и к 2001 году закрылось.

**DiarioConstitutional («Конституционная газета»)** – *El Diariiconstitucional, político y mercantilde Barcelona* – ежедневное периодическое издание на испанском языке, основанное в 1820 году и прекратившее свое существование в 1823. Основал газету Хуан Дорка. Направление журнала – политическое, идеология – либерально-прогрессивная. До 50-го номера газеты он был известен как *Diario Constitucional de Barcelona*; также известен как *Diariode Dorca*, потому что был напечатан в "Impremta Nacional del Gobierno por Juan Dorca".

**Diariode Barcelona («Барселонская газета»)** – У «Диарио де Барселона» (на испанском языке) более чем двухсотлетняя история. Основана Пабло Уссоном и Лепасараном в 1792 году. На большую часть XIX века газета стала представителем либерально-консервативного менталитета каталонской буржуазии. Изначально издавалась на испанском языке; в период войны выпускалась на каталанском и французском языках, после окончания войны

---

снова начала издаваться на испанском. Основатели газеты – семья Бруси, газета переходила от одного члена семьи к другому. Двое самых известных директоров, больше всех сделавших для издания – Антони-Бруси-и-Мирабент, Антони-Бруси-и-Феррер.

**Diariode Cervera («Серверская газета»)** – Газета, основанная в 1808 году. Выходила в Сервере, Каталонии на испанском языке.

**Diario del Sitio y Defensa de Barcelona («Газета города и обороны Барселоны»)** – Газета, выходившая на испанском языке в 1713-1714 годах. Барселонская газета издавалась регулярно два раза в неделю (такой пунктуальностью ни одна каталонская газета доселе не обладала) и стала первым испаноязычным изданием, выходившим в Каталонии.

**El Diluvio («Ливень»)** – ежедневное издание на испанском языке, выходившее в Барселоне. Основанное в 1858 году Мануэлем де Ласарте и Родригес-Кардосо и его зятем Ферраном Патхотом и Феррером, издание выходило до 1939 года. Согласно источникам, тираж колебался от 50 000 до 150 000 экземпляров. Издание придерживалось прогрессивных политических взглядов. Вступило в конфронтацию с другими газетами Барселоны, такими как La Vanguardia, радикальным El Progreso и консервативной La Dinastía.

**El Ecode Reus («Эхо Реуса»)** – Периодическое либеральное издание на испанском языке, выходившее раз в две недели с апреля по май 1814 года. Основатель издания – Жауме Хосеп Ардеволь и Кабрер. Его девиз: «7-й год испанского возрождения и 3-й год Конституции».

**Elnacional.cat** – онлайн-портал, универсальная информационная независимая цифровая газета на каталонском языке, основанная в марте 2016 года. Основное направление портала – политические, экономические, социальные, культурные и спортивные новости; особое внимание уделяется информационной динамике Каталонии. Новости публикуются в основном на каталанском и испанском языках, но есть статьи и на английском. Основатель – бывший директор La Vanguardia, Хосе Антич.

---

**El Europeo («Европеец»)** – барселонский журнал, выходивший еженедельно на испанском языке, действовавший с 1823 по апрель 1824 года. Ее основателями была интеллектуальная группа, которая называла себя школой романтизма-спиритизма, образованная итальянскими либеральными эмигрантами Фьоренцо Галли и Луиджи Монтеджа, каталонскими писателями Бонавентурой Карлесом Арибау и Рамоном Лопесом и Солером, а также англичанином немецкого происхождения Карлесом Эрнестом. Несмотря на то, что издание было недолговечным и содержание было довольно кратким, El Europeo была первым и наиболее эффективным примером романтизма в Испании.

**Gaceta Militar y Politica del Principado de Cataluna («Военная и политическая газета принсипата Каталонии»)** – военная и политическая газета, подконтрольная французским оккупантам, была основана в 1813 году и печаталась в армейской типографии освободительных войск.

**Gay Saber (литературный националистический журнал)** – каталонский литературный журнал, основанный в Барселоне в 1868 году Франческом Пелаги Бризом. В газете публиковались каталонские, майорканские и валенсийские писатели. Целью издания была защита единства языка. Публикация была прервана в 1869 году, но возобновилась с 1878 по 1883 год также под руководством Франческа Пелаги Бриза.

**Gazette de Gironne («Жиронская газета»), или Gazeta del Corregiment de Girona («Газета провинции Жирона»)** – Газета, выходящая со 2 января 1812 года в Жироне – первое каталонское периодическое издание на французском языке. В первом номере еще было несколько заметок по-каталански, но уже со второго номера газета полностью перешла на французский (подчиняясь оккупантам), лишь изредка публикуя на своих страницах один-два материала на испанском языке.

**La Gazzetta dello Sport («Газета спорта»)** – итальянская ежедневная спортивная газета тиражом около 20000 экземпляров, (на настоящий момент выпускается тиражом более трех миллионов) основанная 3 апреля 1896 на

---

слиянии двух еженедельников *Ciclista* и *La Tripletta*. Изначальное название – *La Gazzetta dello Sport Il Ciclista e la Tripletta*.

**Grupo Zeta** – медиахолдинг, основанный в 1976 году. С 2019 года входит в состав *Prensa Iberica*; *GrupoZeta* – одна из самых важных коммуникационных групп в Испании. Основатель медиахолдинга – Антонио Асенсио Писарро. Сейчас газеты и журналы *Grupo Zeta* очень популярны, являются одним из лучших информационных и развлекательных источников интернета.

**La Gynecología Catalana («Каталонская гинекология»)**, журнал – первый опыт медицинского периодического издания на каталанском языке.

**El Indicador Catalan («Каталонский индикатор»)** – либеральная политическая газета, как и многие другие, запрещенная с приходом французских оккупантов в 1823 году.

**Joes Florals («Цветочные игры»)** – еженедельник на каталанском языке, основанный каталонским публицистом, философом и журналистом Жозепом Верду в 1878 году вместе с *Lo Nunci («Нунси»)*.

**Jornalet, онлайн-газета** – интернет-газета на окситанском языке, основанная в 2012 году. В ней публикуются новости Окситании. Главный редактор – Ферриол Макип, издание принадлежит *Associació entara Difusion d'Occitàniaen Catalunya*. За первый же месяц существования интернет-портала его посетили около 15000 человек.

**L'Autonomista («Автономист»)** – каталонский еженедельник, издававшийся на основе федералистского республиканства между 1898 и 1939 годами, одна из ведущих газет этого политического направления. Периодичность газеты варьировалась – публиковалась еженедельно до 1904 года, затем дважды в неделю до 1920 года; иногда он издавался ежедневно.

**L'Avens («Прогресс»)**, журнал – *L'Avens* был журналом о культуре, основанным в 1881 году Жауме Массо с целью развития радикальных идей, отстаиваемых Валенти Альмиралем в *Diari Català*, но с привлечением новых авторов. Журнал олицетворял модернистский, новаторский и

---

националистический дух. На разных этапах он выходил каждые две недели, раз в месяц или ежеквартально.

**L'Olot («Олот», Олот)** – одно из периодических изданий, оказавших наибольшее влияние на развитие идей каталонизма и каталонской журналистики.

**Marca (Марка)** – спортивная газета, основанная в 1938 году в Сан-Себастьяне. С 1942 года выходит ежедневно. Редакционная политика издания направлена, в первую очередь, на освещение футбола. Газета имеет порядка 2,3 млн читателей, данный показатель – самый высокий среди печатных СМИ в Испании. В 1995 году в сети Интернет был открыт сайт газеты [www.marca.com](http://www.marca.com); в 2008 году сайт был самым посещаемым спортивным ресурсом в Испании, посещаемость ресурса – порядка 3,1 млн пользователей в месяц. В 2001 году была запущена круглосуточная спортивная радиостанция Radiomarca.

**La Margarida («Ромашка»)** – одно из правых изданий, которое в 1870-е годы пыталось внедрять в своей прессе двуязычие (например, как El Sacristan).

**Lo Mestre Titas («Подруга Курица»)**, еженедельник – сатирический еженедельник карлистов, выходивший в Барселоне с 1897 по 1900 год.

**El Mundo («Мир»)** – ежедневная газета на испанском языке, одна из самых читаемых и авторитетных газет Испании. Разовый тираж газеты составляет 330 000 экземпляров (на 2019 год – 80659 в печатной версии), и по этому показателю она занимает второе место в Испании после El Pais. Первый выпуск El Mundo вышел в свет 23 октября 1989 года. Газета была основана Альфонсо де Саласом, Педро Рамиресом (который до конца января 2014 года оставался её издателем и главным редактором), Бальбино Фрагой и Хуаном Гонсалесом. Издание поддерживает либеральную и правоцентристскую редакторскую политику. Подвергает критике Социалистическую партию Испании, региональных националистов.

**Mundo Deportivo («Спортивный мир»)** – спортивная газета Grupo Godó, основанная в 1906 году с первоначальным названием Mundo Deportivo, сначала как еженедельник, а в 1929 году как газета. Это второе старейшее спортивное



---

издание в мире после итальянской *Gazzetta dello Sport*, основанной в 1896 году. Она издается в Барселоне на испанском языке с использованием ФК «Барселона» в качестве справочного клуба и в Мадриде, где есть специализированная газета для фанатов «Атлетико Мадрид». Она также издает специальные издания для Страны Басков в Бискайе, Гипускоа и Алаве.

**El Mundo obrero («Рабочий мир»)** – периодическое издание, официальный орган ЦК компартии Испании, созданный в 1931 году в Мадриде. Первое время главным редактором «Эль мундообреро» был Сезар Фалькон, перуанский журналист, а во время Гражданской войны в Испании – Хесус Эрнандес. Финансировал газету Советский союз. Один из самых известных авторов, публикующихся в газете – Долорес Ибаррури Гомес, известная как Пассионария. Газета выходит раз в две недели и содержит статьи, касающиеся политической ситуации в Испании и за рубежом, мнения различных органов партии, а также соответствующих членов партии, а также о деятельности партии и Коммунистического союза молодежи Испании.

**Natiodigital** – одно из современных каталонских политических изданий.

**New York Times International Edition («Международное издание «Нью-Йорк таймс»)** – ежедневная газета в формате брошюры на английском языке, которая печатается в 38 странах по всему миру и продается более чем в 160 странах и территориях. Основана в Париже в 1887 году, изначальное название – *Paris Herald*. В настоящее время издатель газеты – американский журналист, Артур Грегг Сульцбергер.

**Lo Nunci («Нунси»)** – юмористический еженедельник в Каталонии, выходивший с 1877 по 1883 год, когда он был закрыт по распоряжению правительства. Редакторами были Жозеп Фелиу-и-Кодина, а затем Конрад Рур.

**PRISA, медиаконцерн** – *Promotora de Informaciones, S. A (PRISA)* – испанский медиаконгломерат, владеющий газетами, журналами, радиостанциями и телевизионными каналами. Группа PRISA была основана в 1972 году Хесусом де Поланко, который был основным акционером и президентом компании до

---

своей смерти 21 июля 2007 года. Другим основателем был Хосе Ортега Споторно, сын философа Ортеги-и-Гассета.

**Lo Pare Arcangel («Отец Архангел»)** – одно из каталаноязычных изданий первой половины XIX века, еженедельная газета, выходящая в 1814 году. Первая национальная газета полностью на каталанском языке. За исключением юмористического раздела она, оставаясь светским изданием, выбрала основным жанр проповеди, нравоучения.

**La Patria Catalana («Каталонская родина»)** – журнал, основанный в 1880 году в городе Вальс (Каталония) и прекративший свое существование в 1881 году. Среди газет, издаваемых в Вальсе, «Каталонская родина» – первый журнал, полностью публиковавшийся на каталонском языке; один из первых таких журналов в Каталонии. Направление журнала – литература, наука, искусство, а также местные региональные новости.

**El País («Страна»)** – испанская ежедневная общественно-политическая газета, основанная в 1976 году. Самая читаемая (после Marca) газета Испании – разовый тираж составляет в среднем около 110 331 экз. (на 2019 год). Первая демократическая газета в послефранкистской Испании. Владеет газетой испанский медиаконгломерат, ПРИЗА, главный редактор – Моника Себериро.

**Pel&Ploma («Пух и перья», 1899-1908 годы)** – художественный и литературный журнал, с июня 1899 года по декабрь 1903 года выпустивший 100 номеров. Его финансировал Рамон Касас, который по совместительству был и его главным иллюстратором. Микель Утрилло – главный и единственный редактор, позже к их дуэту присоединился Леандро Галсеран, взявший на себя административную часть. Журнал являлся продолжением Quatre Gats и представлял собой платформу для продвижения современного искусства.

**El Periódico de Catalunya («Газета Каталонии»)** – утренняя двуязычная ежедневная газета, выпускающаяся в Барселоне, Каталонии, Испании. Газета издает отдельные ежедневные выпуски на испанском и каталанском языках. Благодаря изданию на двух языках, El Periódico – вторая по тиражу газета в каталаноязычных регионах Испании (после La Vanguardia, которая также

---

издается на обоих языках). Тираж ее на 2019 год составляет 54 008 экземпляров. Основана Антонио Асенцио Писарро в 1978 году, принадлежит Grupo Zeta. Редактор сейчас – Анна Крестето, политическое направление – каталонизм.

**Político y Mercantit («Политик и торговец»)** – политическая газета, имевшая большую популярность среди либерально настроенных каталонцев. Выходила до 1823 года.

**Premsacomarcal («Региональная пресса»)** – Каталонская Ассоциация региональной прессы – некоммерческая организация, созданная в 1982 году. В АСРС входят ежедневные, еженедельные, двухнедельные, двухнедельные, ежемесячные, двухмесячные, квартальные и полугодовые газеты. Цели АСРС – защита интересов единомышленников и популяризация местной прессы. Ассоциация, помимо посредничества между издательствами и крупными клиентами, предлагает своим партнерам широкий спектр услуг – страхование, рекламу, пресс-карты и др.

**Prensa Ibérica** – барселонская бизнес-группа, выпускающая несколько газет в Испании, Португалии и Австралии. Ее президентом является Франсиско Хавьер Молл де Мигель, который приобрел свои первые газеты, выиграв их на аукционе, проводившемся в 1984 году испанским правительством для средств массовой информации, до того времени принадлежавших публичной компании Medios de comunicación del Estado. В то время он был владельцем редакции Prensa Canaria с 1978 г. На аукционе он приобрел управляющие компании Levante El Mercantil Valenciano (Валенсия), Información (Аликанте) и La Nueva España (Астурия). Два года спустя он приобрел Фаро-де-Виго (Понтеведра).

**El Propagador dela Libertad («Пропагандист свободы»)** – газета на испанском языке, публиковавшаяся в Барселоне 1835-1838 году. У нее не было точной периодичности, но выходила она около раза в месяц. Главным редактором был Франсис Рауль. Журнал имел подзаголовки El quee scribesiembra, el quelee Collects и был направлен на распространение либеральных идей среди сельских жителей. Другой темой журнала была литература, этот журнал – один из

---

немногих сохранившихся примеров каталонского либерального романтизма. Журнал стал одним из самых важных литературных, культурных, научных и прогрессивных журналов своего времени.

**LaPubicidad («Реклама»)** – политическая газета республиканского и антиклерикального характера, основанная 25 февраля 1878 года в Барселоне. Газета выпускалась на испанском языке. С 1878 по 1906 год ее директором был Eusebi Corominas. Газета несколько раз была перекуплена, направление менялось вместе со сменой владельца. Например, когда «Реклама» была выкуплена судоходной компанией Antoni Taya, ее направление приобрело более деловую и менее политическую тональность.

**El PuntAvui («Смысл сегодня»)** – Ежедневная газета El Punt Avui выходит только на каталанском языке. Газета была создана в 2011 году на базе двух каталонских газет, основанных ещё в 70-е годы XX века: Avui (1976) и El Punt (1979). В отличие от более тиражных и умеренных в своей направленности газет La Vanguardia и El Periódico de Catalunya, El Punt Avui придерживается левого и сепаратистского курса.

**El Punt («Смысл»)** – ежедневная каталонская газета, основанная в 1979 году. Изначально издание называлось Punt Diari («Daily Point»), но в 1990 году было переименовано. Сначала газета распространялась только в Жироне, но к 2004 году начала публиковаться и в Барселоне. В 2011 году издание объединилось с газетой Avui, в результате чего была создана новая газета El Punt Avui.

**Quatre Gats («Четыре кота», 1898-1899 годы)** – каталонский художественный и литературный еженедельник. Со второй недели февраля по 25 мая 1899 года вышло пятнадцать номеров. Владелец издания – Пере Ромеу, также основатели и соавторы – Рамон Касас и Микель Утрилло. Направление, которому следовал журнал – каталонский модернизм.

**RCS Media Group** – (полное наименование: Риццоли-Коррьере делла Сера Media Group SpA) – международная мультимедийная издательская группа, которая занимается ежедневными газетами, журналами и книгами, радиовещанием, новыми медиа, а также цифровым и спутниковым

---

телевидением. Один из ведущих операторов на рынках продажи и распространения рекламы. RCS MediaGroup является преемником издательского дома A. Rizzoli & C., основанного в 1927 году итальянским бизнесменом Анджело Риццоли. Первоначально он посвятил себя печатанию и редактированию книг. Группа реструктурировалась и покупалась несколько раз, особенно в 1980-х. В 2016 году компания Cairo Communication, созданная бывшим футболистом и бывшим партнером Берлускони Урбано Каир, купила группу RCS.

**La Rambla (еженедельный журнал)** – основан 10 февраля 1930 года, основатель Жозеп Суньоля. Первый номер вышел 14 февраля. Рамбла выходила с большими иллюстрациями (гравюрами, рисунками и фотографиями); от 4 до 10 страниц в 7 столбцов.

**La Razón («Причина»)** – испанская газета общей информации. Основана в 1998 году Луисом Марией Ансоном, она принадлежит Grupo Planeta. Её директор – Франсиско Мархуенда Гарсия. Редакционная линия журнала – либерализм в отношении экономических вопросов, интервенционистских и консервативных ценностей; отражение мнения наиболее жестких и классических правых испанцев, подчеркнута ярко выраженная идеология монархии и защитников короны. Характерны яркие обложки, часто занимающие всю страницу одной или двумя новостями, заголовки и фотографии которых выделяются среди остальных газет. На 2019 год тираж газеты составляет 51537 экз.

**La Renaixensa («Возрождение»)** – консервативная каталонская газета, основанная в Барселоне 1 января 1881 года, с тем же названием, что и предшествующий ей еженедельник, выходивший с 1871 года. Издавался на каталанском языке. Основатель – Пере Альдавер. Последний номер был выпущен 9 мая 1905 года.

**Revista Catalana («Каталонский журнал»)** – Каталонский географический журнал – академическое издание, созданное в 1978 году по инициативе Каталонского географического общества как канал распространения

---

информации о своей деятельности. Создатель и главный редактор журнала – Мария Хосеп Пучадес и Бенито. Впоследствии перекуплен Картографическим институтом Каталонии, а позже Институтом картографии и геологии Каталонии. Перестал издаваться в 1996 году.

**Le Soir («Вечер»)** – ежедневная бельгийская газета на французском языке. Основанная в 1887 году Эмилем Росселем, она задумывалась как политически независимый источник новостей. Это одна из самых популярных франкоязычных газет в Бельгии, конкурирующая с *La Libre Belgique*, с 2005 года издающаяся в берлинском формате. Она принадлежит компании *Rossel&Cie*, которая также принадлежит нескольким бельгийским новостным агентствам и французской газете *La Voix du Nord*.

**Lo Somatent («Народное ополчение»)** – была продолжением газеты *Peusa Lo Sop* «Вершина», издававшейся на каталанском языке с 1886 года По Фон де Рубинатом и другими. Имела подзаголовок «Региональная газета анонсов и новостей». Последний экземпляр вышел 16 июля 1903 года.

**Sport («Спорт»)** – испанская ежедневная спортивная газета в формате таблоида, основанная в 1979 году. *Sport* принадлежит *Grupo Zeta*, которая также издает *El Periódico de Catalunya*. *Sport* называет себя «газетой сторонников ФК Барселона», слоган издания – «*Sempre amb el Barça*» (всегда с «Барсой», по-каталански). Издание ориентировано в первую очередь на читателей из Каталонии, несмотря на то, что выпускается на испанском языке. Основатель газеты – Жозеп Мария Казановас, главный редактор – Эрнест Фольк.

**Lo Tibidabo («Тибидаво»)** – альтернативное название газеты «*Diari Catala*».

**El Tiburón («Акула»)** – альманах, издававшийся Инносенти Лопесом – издателем, предпринимателем и журналистом. Характерен фирменным стилем редактора – ориентированность на массовость читателей, небрежное отношение к ошибкам и грамматическим неточностям

**Un Tros de Paper («Лист бумаги»)** – сатирическое периодическое издание на каталонском языке, основанное в апреле 1865 и прекратившее свое

---

существование в сентябре 1866. Главный редактор – Альберт Льянас. Издавалось сначала раз в две недели, позже стало выпускаться еженедельно.

**La Vanguardia («Авангард»)** – старейшая испанская газета. Выходит на испанском, а с мая 2011 года также на каталанском языке. Первый номер вышел 1 февраля 1881 года. Распространяется в основном в Барселоне. Это ведущая региональная газета Каталонии и, несмотря на региональный характер, одна из самых читаемых газет в целом во всей Испании. В 1994 году с тиражом в 207 тысяч экземпляров «Вангвардиа» была четвёртой самой читаемой газетой Испании (после «El País», «ABC» и «El Mundo»); на 2019 год тираж газеты составляет 88255 экз.

**El Vapor («Пар»)** – газета на каталанском языке, известная публикацией 22 марта 1833 года. Поэт и журналист Карлос Арибада Бонавентура опубликовал оду «Родина», написанную на каталанском языке и ставшую фактически гимном сформировавшегося в последующие годы националистического движения «Возрождение» (La Renaixença).

**Lo Verdader Catala («Настоящий каталонец»)** – издавался раз в две недели, в период с 15 марта по 31 мая 1843 года, всего вышло 6 номеров. Издание считается первым журналистским органом каталонского Возрождения, поскольку это первый политический журнал, полностью написанный на каталанском языке. Журнал был создан с целью пробуждения национального достоинства и коллективного сознания каталонцев, но затея не увенчалась успехом – меньше, чем через три месяца он был закрыт по причине не востребоваемости.

**La Veude Catalunya («Голос Каталонии»)** – каталонская газета, выходившая в Барселоне с 1899 по 1937 год. Газета, принадлежащая Lliga Regionalista, служила партийным органом и была одним из основных каталонских изданий. Два ежедневных выпуска опубликовано полностью каталанском языке. Она исчезла после начала гражданской войны.

**La Veude Montserrat («Голос Монсеррата», город Вик)** – религиозный журнал на каталанском языке. Основан 2 февраля 1878 года на ЖаумеКольелем в городе

---

Вик, прекратил свое существование в 1901 году. Был создан как еженедельник, но с 1900 года стал выпускаться ежемесячно. Направление журнала – проповедь католицизма и поддержка каталонизма; девиз – «Для Бога и страны».

**La Veudel Camp («Голос поля», Реус)** – ежемесячная газета Каталонистской ассоциации Реуса, издавалась в городе Реус с 11 января 1885 года. Последний сохранившийся номер датирован 15 марта 1890 года.

**Lo Xanguet (альманахи)** – альманах, один из издаваемых Инносенти Лопесом. Имел неповторимый стиль издателя – обращение к массовости, небрежность к ошибкам.

**Евроњьюс** (рус. Евроњьюс, букв. Евроновости) – европейский ежедневный круглосуточный информационный телеканал, совмещающий видеохронику мировых событий и аудиокomentarий на тринадцати языках. Основан 1 января 1993 года. Кабельное, спутниковое и эфирное вещание Euronews охватывало более 294 миллионов домовладений в 150 странах мира (на 2009 год) – в Европе, Африке, Азии, Австралии, Северной и Южной Америке, а также на Ближнем Востоке.



---

## ПРИЛОЖЕНИЕ 3

### Список упоминаемых личностей

**Абрамс Доминик** – Доминик Абрамс, профессор в области социальной психологии и директор Центра по изучению групповых процессов в школе психологии в Университете Кента. Получает Стипендию Британской Академии за отличия в области гуманитарных и социальных наук. Исследует предрассудки, дискриминацию, социальные установки и социальные изменения на протяжении всей жизни. Область научных интересов: социальная психология, психология развития и геронтология.

**Агеев Владимир Сергеевич** (1949) – доктор психологических наук, исследователь межгрупповых отношений, межкультурных контактов и социальных стереотипов, имеет более сотни публикаций. Специализируется на психологии межгрупповых отношений.

**Албиг Уильям** (William Albigh) – американский писатель, исследующий вопрос общественного мнения.

**Алонсо Мартин** – профессор политологии и социологии университета Бильбао, автор нескольких крупных монографий, исследователь каталонизма.

**Альбер Пьер** – французский историк западноевропейской печати, исследователь, назвавший тридцатые годы XIX века временем ограниченной свободы. «Свобода, считает исследователь, существовала, но далеко не все могли пользоваться ею в полной и равной мере».

**Альмираль Валенти** – ValentíAlmirall i Llozer, (8 марта 1841 года, Барселона — 20 июня 1904 год, там же) – каталонский и испанский политик, журналист и юрист. Один из идеологов каталонского национализма. Рассматривал Испанию как конфедеративную страну, где Каталония должна иметь полноценный статус суверенного государства. В 1879 году основал первую каталаноязычную газету «Diari Català» («Каталонский дневник»).

---

**Альтафай Амадеу** – АмадеуАльтафадж и Тардио (Барселона, 27 апреля 1968 г.) – журналист. Кандидат в члены Европейского Альянса, группы в Европейском комитете регионов. До 2017 года занимал должность генерального директора постоянного представителя правительства Каталонии в ЕС.

**Андерсон Бенедикт** – (26 августа, 1936, Куньмин, Китай – 13 декабря 2015), Бату, Восточная Ява, Индонезия) – британский политолог и социолог, профессор Корнеллского университета, автор книги «Воображаемые сообщества» (об основных факторах, повлиявших на возникновение и развитие национализма). Старший брат Перри Андерсона. Специалист по Юго-Восточной Азии, в частности по Индонезии.

**Антонова Наталья Викторовна** – кандидат психологических наук, доцент кафедры организационной психологии факультета психологии. Старший научный сотрудник лаборатории «Психология бизнеса» Центра фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Сфера научных интересов: социальная психология, психология идентичности, психология бизнеса и экономическая психология, психология рекламы и маркетинговых коммуникаций, консультирование и коучинг.

**Аркимбау Роса Мария** (1909-1992 гг.) – считается одной из лучших новеллисток 20 века. Публиковала социальные репортажи в журнале «Иматжес», еженедельнике «Ла Рамбла», а также театральные очерки и рецензии.

**Аронсон Эллиот** (9 января 1932 г.) – Ведущий американский социальный психолог и педагог, доктор философии по психологии Стэнфордского университета. Член редакционной коллегии ряда известных психологических журналов.

**Артигас Жерар** – журналист, публикующийся в газете «El PuntAvui». «Так, 12 июня 2017 года опубликовал на первой полосе подробный исторический обзор борьбы за волеизъявление каталонцев – от местных референдумов 2009 года до сегодняшнего дня» – из текста.

---

**Арутюнян Светлана** – Арутюнян Светлана Фрунзевна, ученый и исследователь, автор книги «Идентичность: от теории к практике».

**Аулестиа-и-Пижоан Антони** – член каталонского движения, был президентом Каталонской ассоциации научных экскурсий. В 1877 году избран членом Барселонской академии изящных искусств и сотрудничал с журналами Lo Gai Sabre (он был корреспондентом в Peuce), La Renaixença и Àlbum Pintoresc Monumental de Catalunya. Написал много работ. Самая известная его книга - «История Каталонии», два тома на каталонском языке, опубликованные в 1887 и 1889 годах и ставшие первой историей Княжества, написанной в современную эпоху (со времен барокко).

**Бабот Помпеу Женер** – Помпеу Женер Бабот, Барселона, (1846/48/50 – 1920) – испанский публицист и драматург. Представитель этнической составляющей каталонского национализма, связал каталонский национализм с научными основами. Подход, сочетающий позитивизм с эволюционизмом, привел его к социальному дарвинизму.

**Бадья-и-Маргарит А.М.** – Антони Мария Бадиа и Маргарит (30 мая 1920 г. – 16 ноября 2014 г.). Каталонский лингвист и филолог, написавший известные работы по грамматике и истории каталонского языка. Родился в Барселоне.

**Баладер Виктор** – Виктор Балагер и Чирера (11 декабря 1824 – 14 января 1901), испанский политик, историк и писатель, родился в Барселоне, посвятил себя изучению истории Каталонии, составил хроники нескольких каталонских городов. Был успешным поэтом. В 1875 году избран членом Королевской академии наук в Мадриде.

**Барт Фредерик** (1928-2016 г.) – Норвежский социальный антрополог, автор ряда книг. Являлся профессором на кафедре антропологии в Бостонском университете, ранее был профессором в Университете Осло, Университете Бергена, Университета Эмори и Гарвардского университета.

**Бассас Антони** – журналист, входящий в консультативный совет каталонской ежедневной газеты «Ага», работал с каталонской общественной телекомпанией TV3 в сотрудничестве с Альбертом Омом и Тони Солером.

---

**Бейл Джон** (1495 – 1563 гг.) – английский церковный деятель, историк и полемист, а также епископ. Он написал одну из самых известных исторических драм в стихах на английском языке (о короле Иоанне), а также разработал и опубликовал очень обширный список произведений британских авторов вплоть до того времени, когда монастырские библиотеки расформировались.

**Бергер Питер** (1929-2017) – австрийский лютеранский теолог и социолог, живший в США, представитель социально-конструкционистского направления в социологии. Известен прежде всего благодаря своему труду «Социальное конструирование реальности» – трактат по социологии знания, который он написал совместно с Томасом Лукманом.

**Блакар Р.М.** – британский исследователь, ученый, автор книг «Язык как инструмент социальной власти», «Язык и моделирование социального взаимодействия».

**Боделла Альберт** (родился 30 июля 1943 года в Барселоне) – испанский актер, драматург, режиссер до 2012 года труппы независимого театра Els Joglars. Написал несколько пьес, в которых выступал за защиту свободы и критики догматизма, всегда яростно критиковал власть, карикатурно изображая ее деятелей в своих произведениях.

**Боден Жан** (1529 или 1530, Анже – 1596), Лан – французский политик, философ, писатель, экономист, юрист, член парламента Парижа и профессор права в Тулузе. Пытался разработать концепцию естественной религии. Противник теории смешанной формы государства; сторонник наследственной монархии.

**Бонавентур Карлос Арибаду** – Буэнавентура Карлос Арибау (1798–1862 гг.) – испанский экономист, писатель и политик, писавший на испанском, каталанском, латинском и итальянском языках.

**Бонапарт Жозеф** – Джузэппе Буонапарте (итал. Giuseppe Buonaparte), Хосé Буонапарте (исп. José I Bonaparte; 1768, Корсика –1844, Флоренция) – первенец Карло и Летиции Буонапарте, старший брат Наполеона I, король Неаполя в

---

1806-1808 годах, король Испании в 1808-1813 годах под именем Иосиф I Наполеон (исп. José I Napoleón).

**Бриз Франсеск Пелайо** – журналист, издатель, сначала сотрудник журнала RevistadeCataluña («Журнал Каталонии»), основанного в 1862 году, затем издатель – с 1 марта 1868 года выпускал литературный националистический журнал Lo Gay Saber.

**Бруси-и-Мирабен Антони** – Antonio María Brusí Mirabent (1782 – 1821 гг., Барселона) – испанский печатник, бизнесмен и журналист. Во время войны за независимость он и занимался редактированием «Gaceta Militar y Política del Principado de Cataluña», который печатал в Барселоне, Таррагоне и Пальма-де-Майорке. За свои услуги 28 октября 1809 года Центральный Верховный совет предоставил ему издание барселонской газеты. Он был редактором «El Diariode Barcelona» с 1814 года; позже должность редактора перешла к его сыну, Антони Бруси-и-Феррере.

**Бруси-и-Феррер Антони** – испанский журналист, редактор и предприниматель. Обладал дворянским титулом маркиза де Каса Бруси. Был владельцем и редактором барселонской газеты «El Diariode Barcelona». Сын Антони Бруси-и-Мирабента. В 1865 году он уступил владение газетой ДжоануМанье (Joan Mañé i Flaquer) – главного редактора с 1854 года.

**Будолак Мария Сергеевна** – петербургская исследовательница социальных медиа, изучающая теорию новых медиа.

**Бурбон (Дон Карлос Старший)** – Дон Кáрлос Марíа Исíдро де Бурбóн (1788, Мадрид – 1855, Триест) – испанский инфант, сын короля Карла IV, претендент на испанский престол. В отличие от внука, также развязавшего гражданскую войну, известен как Дон Кáрлосстáрший. Считал себя наследником престола. Вокруг него группировалась партия крайних приверженцев абсолютизма и клерикалов, известных под именем карлистов (апостоликов) и являвшихся главными виновниками восстаний, волновавших Испанию с 1833 года.

**Бурбон Мария Кристина** – Марíа Кристíна де Бурбóн (1806, Палермо – 1878, Гавр) – принцесса Обеих Сицилий, королева-консорт и четвёртая супруга

---

короля Испании Фердинанда VII, регентша Испании в 1833-40 годах при своей дочери Изабелле II. Первоначально её титул значился как Её Королевское Высочество, принцесса Мария Кристина Неаполитанская и Сицилийская, но 18 декабря 1816 года, когда её отец изменил название своего королевства, её титул сменился на принцессу Обеих Сицилий.

**Бурдьё Пьер** (1930-2002 гг.) – французский социолог, этнолог, философ и политический публицист, один из наиболее влиятельных социологов XX века. Автор тридцати пяти книг и четырехсот статей.

**Бусыгина Ирина Марковна** (1964) – российский политолог, доктор политических наук, кандидат экономических наук, профессор. Руководит Центром региональных политических исследований МГИМО, эксперт Российского совета по международным делам и Московской школы политических исследований, член правления российской Ассоциации европейских исследований.

**Вентос (Руберт де Вентос)** – выдающийся каталонский учёный, философ, отстаивающий право каталонизма на развитие и борьбу.

**Верду Жозеп** – каталонский публицист, философ и журналист. Возродил в 1878 году два популярных прежде каталаноязычных еженедельника: Joes Florals («Цветочные игры») и Lo Nunci («Нунси»).

**Габанчо Патриси́я** – Патриси́я ГабанчоГиельметти (1952-2017) – испанская писательница и журналистка аргентинского происхождения, писавшая на каталанском языке. В основном занималась культурой (включая театр, танго и литературу), историей, политикой и урбанизмом, особенно в отношении Барселоны и каталонской культуры; активный член каталонского движения и член La Plataforma per la Llengua.

**Ганди Махатма** – Мохандас Карамчанд (Махатма) Ганди, (1869 – 1948 гг.), индийский политический и общественный деятель, один из руководителей и идеологов движения за независимость Индии от Великобритании. Его философия ненасилия (сатьяграха) оказала влияние на движения сторонников мирных перемен.

---

**Гауди-и-Корнета Антонио** – AntonioPlácidoGuillermoGaudí y Cornet (25 июня 1852, Реус, Каталония – 10 июня 1926, Барселона) – выдающийся испанский (каталонский) архитектор, большинство причудливо-фантастических работ которого возведено в Барселоне, включая самую масштабную его постройку, храм Святого Семейства, а также Дом Бальо, дом Мила, дворец Гуэля.

**Гвардиола Жозе** – Хосéп (Пеп) Мария Гвардиола-и-Сáла (кат. JosepGuardiola i Sala, 1971, Каталония) – испанский, каталонский футболист и футбольный тренер, в настоящий момент возглавляющий английский футбольный клуб «Манчестер Сити». Самый титулованный тренер в истории «Барселоны» и «Манчестер Сити».

**Герген Кеннет** – Кеннет Дж. Герген (Джерджен), (1935) – американский психолог. Сторонник теории социального конструкционизма. Профессор психологии Суортмор-колледжа (Пенсильвания), профессор психологии Университета Тилбурга. Участвовал в создании Таосского института, Президент Совета Института. Оказал большое влияние на развитие постмодернистской критики традиционных подходов в современной зарубежной социальной психологии и течения социального конструкционизма.

**Гидденс Барон Энтони** – англ. Anthony Giddens (18 января 1938, Лондон, Англия) – британский социолог. Работал в университете Лестера, Кембриджском университете; директор Лондонской школы экономики и политических наук (1997-2003 гг.), где в настоящее время является почетным профессором. Считается одним из наиболее значительных современных социологов, автор 34 книг, изданных на 29 языках. Известен своей теорией структуриации и целостной оригинальной концепцией современных обществ.

**Гильямет Жауме** – каталонский исследователь журналистики, автор многочисленных книг об истории каталонских СМИ и сегодняшнем дне каталонских медиа.

**Гинер С.** – Сальвадор Хинер-и-де-Сан-Хулиан (1934-2019 гг.) – испанский, каталонский социолог, президент Института каталонских исследований с 2005 по 2013 год.

---

**Гитлер Адольф** – Адольф Гитлер (20 апреля 1889 – 30 апреля 1945) – рейхсканцлер Германии, развязавший Вторую мировую войну.

**Годо Карлос** – Карлос Годо-и-Пье (1834-1897 гг.) – испанский политик и бизнесмен, основатель газеты La Vanguardia вместе со своим братом Бартоломео-и-Пье.

**Годо-и-Пье Бартоломе** (1839-1894 гг.) – испанский политик и бизнесмен, основатель газеты La Vanguardia, вместе со своим братом Карлосом Годо-и-Пье (1834-1897 гг.).

**Гонсалес Фелипе** (5 марта 1942 г.) – испанский государственный и политический деятель, премьер-министр Испании с 1982 по 1996 год.

**Гофман Ирвинг** (1922, Канада – 1982, США) – американский социолог канадского происхождения, представитель «второго поколения» Чикагской школы в социологии. 73-й президент Американской социологической ассоциации. Социолог, но также представитель психологии, философии, психиатрии и множества смежных областей.

**Грачев Георгий Васильевич** – психолог, преподаватель психологии, доктор психологических наук; занимался аналитической, научно-исследовательской, экспертно-консультационной, управленческой и преподавательской деятельностью.

**Джонс Джим** – Джеймс Уоррен «Джим» Джонс (1931, Крит, Индиана —1978, Джонстаун, Гайана) – американский проповедник, основатель деструктивной секты «Храм народов», последователи которой по официальной версии совершили в 1978 году массовое самоубийство. Персонаж нескольких фильмов, многих книг на русском и английском языках.

**Диас Кармен Ламела** – Кармен Ламела Диас (1961) – испанская судья. Ламела – следователь в Третьем суде Национального суда Испании. Специализируется на уголовном праве.

**Доменек-и-Монтанер** – Льюис Доменек-и-Монтанер (1850-1923 гг., Барселона) – каталонский архитектор, политик, публицист и писатель. Один из крупнейших представителей модерна в европейской архитектуре. Самые



---

известные постройки – издательство Editorial Montaner i Simón, барселонский замок Трёх драконов, Дворец каталонской музыки.

**Жиспер (Нурия де Жиспер)** – (Барселона, 1949 г.) – один из самых влиятельных политиков и вместе с тем самая популярная женщина в Каталонии на протяжении последних десяти лет. Испанский, каталонский политик и юрист. Президент парламента.

**Ибаррури Долорес** – Долóрес Иба́ррури Го́мес, известная также как Пассиона́рия («страстная», или «цветок-страстоцвет»), (1895, Гальярта – 1989, Мадрид) – деятель испанского и международного коммунистического движения, активный участник республиканского движения в годы Гражданской войны 1936-1939 годов, затем деятель эмигрантской оппозиции диктатуре Франко. На протяжении длительного времени жила в СССР. Генеральный секретарь, а позже – председатель Коммунистической партии Испании. После смерти Франко и легализации партий при Хуане Карлосе I вернулась в Испанию и была избрана депутатом кортесов.

**Кадена Жозе Мария** – каталонский историк журналистики, интернационалист. В тексте: «Жозе характеризует еженедельную газету «Lo Pare Arcangel» как первую национальную газету полностью на каталанском языке».

**Каллиса Нарсисо Вердагер** – Нарсис Вердагер Каллиса (1863-1918 гг.) – испанский, каталонский политик и адвокат, журналист, каталонский националист. Начал свою журналистскую деятельность в выходящем раз в две недели издании L'Almogàver. Был членом Регионалистской лиги.

**Капдевила Карлес** – Карлес Капдевила и Пландиура (1965-2017 гг.), испанский, каталонский журналист и сценарист, директор-основатель интернет-издания ARA – наиболее популярной онлайн-газеты на каталонском языке. Представил и возглавил программу Eduqueu le criatures в Каталонии Ràdio и программу Quiels на TV3. Был заместителем директора телешоу Malalts.

**Кара-Мурза Сергей Георгиевич** – (23 января 1939 г.) советский и российский учёный-химик; публицист, автор работ по истории СССР, теоретик науки,

---

социолог, политолог. Доктор химических наук, профессор. Главный научный сотрудник Института социально-политических исследований РАН.

**Карета-и-Видал** – Антони Карета и Видаль (Барселона, 1843-1924 гг.), известный каталонский писатель, поэт и драматург. В молодости работал в изданиях «Бандера Каталана» и «Эскут де Каталония», «Гай Сабер» и «Календари Катала» (где опубликовал серию биографий писателей эпохи Возрождения). В 1905 году опубликовал «L'ullacusador», который считается одним из первых научно-фантастических рассказов на каталонском языке.

**Касакуберта Жозе Мария** – каталонский историк печати, писавший заметки о журнале «Lo Verdader Catala» («Настоящий каталонец»).

**Касас-и-Карбо Жоаким** – каталонский филолог, опубликовавший в ноябрьском номере каталонского журнала L'Avens за 1890 год свои проекты языковой реформы и обновления каталанского языка. Оспаривал нормированность написания названия журнала.

**Кастельс Мануэль** – Мануэль Кастельс (1942 г.) – испанский социолог-постмарксист, один из основателей теории новой социологии города. Министр высшего образования Испании (с января 2020 г.). Считается одним из ведущих социологов современности, специализирующимся в области теории информационного (постинформационного) общества. В начале научной карьеры изучал проблемы урбанистики.

**Кинг Мартин Лютер** – Мартин Лютер Кинг-младший (1929, США – 1968, США) – американский баптистский проповедник, общественный деятель и активист, получивший известность как самый заметный представитель и лидер движения за гражданские права чернокожих в США с 1954 года до своей смерти в 1968 году. Кинг выступал за защиту гражданских прав с помощью ненасилия и гражданского неповиновения, тактик, вдохновлённых его христианскими убеждениями и ненасильственным активизмом Махатмы Ганди.

**Киселев Игорь Юрьевич** – доктор социологических наук (Санкт-Петербургский государственный университет, 2003 г.), профессор. Руководит кафедрой социологии с 2005 года. Член ряда российских и зарубежных

---

профессиональных общественных ассоциаций. Руководитель научно-исследовательских групп по грантам РГНФ, РФФИ. Научные интересы – политическая социология и психология, образ государства, безопасность, современная внешняя политика и общественное мнение. Автор более 100 научных работ.

**Кларет Жауме** – каталонский ученый, в соавторстве с Мануэлем Сантрисо написавший монографию «Конструкция каталонизма. История политических усилий». Придерживается консервативных позиций, считает идею каталонизма деструктивным, ярким примером радикального национализма. В тексте условно называется антикаталонистом.

**Кожановский Александр Николаевич** – (11 января 1949 г.) – советский и российский этнолог. Автор более чем 80 публикаций на русском, английском и каталанском языках. Кандидат исторических наук, старший научный сотрудник Центра европейских и американских исследований ИЭА РАН. Один из авторов «Большой Российской энциклопедии».

**Кортада Жоан** – Жоан Кортада-и-Сала, (1805, Барселона). Каталонский писатель эпохи романтизма и историк. Как писатель, в основном использовал испанский язык. Однако в своих исторических романах и рассказах решительно отстаивал каталонский язык и культуру.

**Косолапов Николай Алексеевич** – (1943 г., Москва) – российский политолог, педагог, кандидат исторических наук, преподаватель. Один из ведущих специалистов в области политической психологии, входит в число зачинателей этой отрасли знания в отечественной науке.

**Костомаров Виталий Григорьевич** (1930-2020 гг.) – доктор филологических наук. Член Академии педагогических наук, возглавил Научно-методический центр русского языка, созданный при МГУ. Президент Международной ассоциации преподавателей русского языка и литературы, президент Академии педагогических наук СССР, председатель экспертного совета по филологии и искусствоведению Высшей аттестационной комиссии РФ.

---

**Кочетков Владимир Викторович** (07.08.1958 г.) – социолог-международник, специалист по проблемам идентичности и культуры в международных отношениях, профессор, доктор социологических наук.

**Краппман Лотар** – L. Krappman (1936 г.) – немецкий психолог, ученый, исследователь, уделивший большое внимание теории социальной идентичности, развивший идею осознаваемой личности, рассмотревший условия социальной идентичности, при которых идентичность остается сохранной, и назвавший ряд способностей, необходимых человеку для сохранения своей идентичности в ситуации взаимодействия.

**Кристето Анна** – редактор ежедневной газеты El Periódico de Catalunya.

**Кули Чарльз** – (1864-1929 гг.) Американский социолог и социальный психолог, профессор Мичиганского университета, один из президентов Американской социологической ассоциации.

**Ламарк** – Жан Максимильен Ламарк (1770-1832 гг.) – французский военный деятель, дивизионный генерал (1807 г.), барон (1810 г.), участник революционных и наполеоновских войн. Имя генерала выбито на Триумфальной арке в Париже.

**Левин Курт** – Курт Цадек Левин (1890-1947 гг.) – немецкий, а затем американский психолог, чьи идеи оказали большое влияние на американскую социальную психологию и многие другие школы и направления, в том числе на теорию культурного развития Льва Выготского и исследователей «круга Выготского». Многие вопросы, которыми он занимался, стали основополагающими для психологов – уровень притязаний, групповая динамика, социальная перцепция, игровые ситуации, стремление к успеху и избегание неудач, теория поля, временная перспектива.

**Липпман Уолтер** (1889-1974 гг.) – американский писатель, журналист, политический обозреватель, автор оригинальной концепции общественного мнения, автор книги «Общественное мнение». Двукратный лауреат Пулитцеровской премии.

---

**Локк Джон** – Джон Локк (1632-1704 гг., Англия) – английский педагог и философ, представитель эмпиризма и либерализма. Способствовал распространению сенсуализма. Его идеи оказали огромное влияние на развитие эпистемологии и политической философии. Широко признан как один из самых влиятельных мыслителей Просвещения и теоретиков либерализма.

**Лопес Иннокенси** – каталонский журналист, издатель ежедневной газеты Las Barras Catalanas («Каталонские слитки»), в сатирическом еженедельнике La Campanade Gracia («Колокол благодарения»). Сотрудничал с Рока-Рока, ставшим редактором еженедельника, а также с Конрадом Руром.

**Лукман Томас** (1927-2016 гг.) – немецкий социолог, профессор социологии Констанцкого университета, ученик и последователь Альфреда Шюца, ведущий представитель феноменологического знания социологии, автор многих работ по социологии повседневности, социологии морали, один из известнейших социологов мира.

**ЛьоберЖозеп** – каталонский ученый, писатель, исследователь, автор монографии «Бог современности. Развитие национализма в Западной Европе», вышедшей около 20 лет назад.

**Льяк Льюис** – LluísLlach i Grande; (1948 г., Испания) – каталонский композитор, автор-исполнитель, бард, писатель. Один из самых известных представителей движения Nova cançó (Новая песня), охватывающего музыкантов и певцов, выражавших протест против диктатуры Франсиско Франко. Признаком движения было исполнение песен политической тематики на каталанском языке в те времена, когда сама речь и все проявления каталонской идентичности были запрещены. Подобно многим певцам, писателям и политически активным деятелям культуры, Льяк оставил Испанию и жил в добровольном изгнании в Париже вплоть до смерти Франко.

**Людвик XVI** – Людо́вик XVI (Луи-Огюст) (1754 г., Версаль – 1793 г., Париж), после 1792 официально именовался Луи Капет – король Франции из династии Бурбонов. Последний монарх Франции Старого порядка. При нём после созыва Генеральных штатов в 1789 году началась Великая Французская революция.

---

Людовик сначала принял конституцию 1791 года, отказался от абсолютизма и стал конституционным монархом, однако вскоре начал нерешительно противодействовать радикальным мерам революционеров и даже попытался бежать из страны. 21 сентября 1792 года низложен, предан суду Конвента и вскоре казнён на гильотине.

**Майли Томас Джеффри** – британский учёный, профессор политической социологии Кембриджского университета. Эксперт в области политики языка и нации. Лауреат премии имени Габриэля Алмонда за лучшую диссертацию в области сравнительной политологии

**Мануэль де Ласарте** – Мануэль де Ласарте и Родригес-Кардосо (Барселона, 1830 – 1901 гг.). Каталонский журналист, политик, поэт и драматург. Вместе с Валенти Альмираллом и Гонсалесом Серракларой основал Club dels Federalistes и газету «El Federalista», которая стала официальным представителем организации, объединив бескомпромиссных федералистов.

**Манчини Паоло** – итальянский учёный, журналист, писатель, один из самых известных в мире исследователей медиа и медиасистем, соавтор (вместе с Дэниэлом К. Халлином) книги «Сравнение медиасистем: три модели медиа и политики» о классификации медийных систем.

**Маргаль** – Франсиско Пи-и-Маргаль (1824 г., Барселона – 1901 г., Мадрид) – испанский политический деятель, философ, юрист, историк и писатель, глава исполнительной власти и правительства во времена Первой испанской республики. Будучи противником испанской монархии, был подвергнут цензуре, сидел в тюрьме и затем оказался в изгнании. Пи-и-Маргаль считается одним из наиболее представительных и продвинутых мыслителей второй половины XIX века.

**Марти Мигель Антон** – каталонский поэт, выпустивший сборник стихов под названием «Вдовьи слезы».

**Мас Артур** – каталонский политик. Президент Женералитета Каталонии (2010-2016 гг.). Лидер либерально-националистичной Каталонской европейской демократической партии; был председателем правоцентристского каталонского

---

альянса «Конвергенция и Союз», распущенного в июне 2015 года. По решению суда (дело о проведении опроса о политбудущем Каталонии) был приговорен к штрафу и признан виновным в неповиновении Конституционному суду Испании. Обвинения в злоупотреблении должностным положением были отклонены.

**Мас-и-Делбланк Андреу** – каталонский журналист в «Эль Пунт Авуи».

**Масиа Ф.** – Франсеск Масиа (1859 г., Гарраф – 1933 г., Барселона) – 122-й председатель правительства Каталонии и 3-й президент каталонской республики, испанский военный деятель. Провозгласил независимость Каталонской республики, однако вскоре был вынужден удовлетвориться частичной автономией в составе новообразованной Испанской республики. Был президентом Правительства Каталонии с 1932 до своей смерти в 1933 году.

**Массо-и-Торрентс** – Жауме Массо и Торрентс (Барселона, 9 ноября 1863 г. – Барселона, 11 сентября 1943 г.) – испанский, каталонский редактор, писатель и ученый, основатель и директор каталонского журнала L'Avenç, один из основателей Института каталонских исследований, инспектор Библиотеки Каталонии и профессором Школы библиотекарей. Массо приложил большие усилия для содействия исследованиям каталонской истории и литературы. Среди его наиболее значимых работ: «Библиография древних каталонских поэтов» и «Провансальская песня в каталонской литературе».

**Мигель (Рафа де Мигель)** – испанский журналист, состоящий в штате газеты «El País». Автор статьи «Если не референдум, то независимость Каталонии будет провозглашена немедленно».

**Мид Джордж** – Джордж Герберт Мид (1863-1931 гг.) – американский философ, психолог, социолог, представитель Чикагской социологической школы, один из представителей символического интеракционизма. Преподавал социальную психологию в университете Мичигана.

**Микель-и-Вержес** – Жозеп Мария Микель-и-Верже (1903-1964 гг.) – испанский, каталонский писатель и историк, специализирующийся на каталонском Возрождении и истории Мексики. Из литературных произведений

---

следует выделить Cançons d'Estiu (сборник из 32 стихотворений) и несколько пьес. С 1930 года сотрудничал с журналом Arenys i SaComarca и начал изучать период упадка и каталонского Возрождения.

**Моринг Том Арне** – шведский ученый, исследователь, автор большого количества статей на тему политической науки.

**Муньос Лаура Алонсо** – испанский писатель, публицист, сотрудник Департамента коммуникационных наук, автор многих статей о политике.

**Ноэль-Нойман Элизабет** (1916-2010 гг.) – немецкий социолог и политолог, основательница Института демоскопии в Алленсбахе.

**Ом Альберт** – испанский, каталонский журналист, входящий в консультативный совет каталонской ежедневной газеты «Ага», работал с каталонской общественной телекомпанией TV3 в сотрудничестве с Антони Бассасом и Тони Солером.

**Паган Исабель Гарсиа** – журналистка испанской газеты La Vanguardia.

**Палау Оскар** – испанский, каталонский журналист, состоящий в штате и публикующийся в «Эль Пунт Авуи».

**ПауУсон Пере де Лапесаран (Husson de Lapezarán)** – Питер Пау (или Педро Пабло) Гуссон из Лапазарана. Типограф, по происхождению неаполитанец, основатель Каталонии, основатель DiariodeBarcelona. В 1791 году – официальный мэр Diario de Madrid; попросил короля дать разрешение возглавить Diario de Barcelona. Карл IV Испанский согласился на его просьбу и дал ему эту привилегию 6 апреля 1792 года. Diario de Barcelona был впервые опубликован первого октября того же года, а Питер Пау стал главой Диарио до сентября 1810 года.

**Пéрес-Кастехóн Педро Санчес** – ПéдроСáнчесПéрес-Кастехóн (1972 г., Мадрид) – испанский экономист и политик, лидер Испанской социалистической рабочей партии (ИСРП) с 2014 года. Седьмой глава правительства Испании со 2 июня 2018 года.

**Пелайо Альфонсо XII** – Альфонсо Франсиско де Асис Фернандо Пио Хуан Мария де ла Консепсьон Грегорио Пелайо (28 ноября 1857 г. – 25 ноября 1885



---

г.). Известен как Умиротворитель или Миротворец. Король Испании с 1874 по 1885 год. На сегодняшний день он последний монарх Испании, который умер, находясь на троне.

**Пелла-и-Форгас Жозеп** – Джозеф Форгас и Пелла (Бегур, 1852 г. – Барселона, 1918 г.) – каталонский историк, юрист и политический деятель, один из предшественников каталонизма. Был избран независимым депутатом кортесов от округа Жирона, членом городского совета Барселоны, позднее пытался был кандидатом в депутаты от Барселоны, но не набрал достаточного количества голосов среди кандидатов Лиги. Затем попытался манипулировать избирательными актами, чтобы быть избранным, и по этой причине был исключен из Лиги.

**Пельисер Жозе Льюис** – Хосе Луис Пелисер (на испанском: Хосе Луис Пеллисер; на каталанском: Josep Lluís Pellicer i Fenyé) – испанский, каталонский художник, военный корреспондент во время русско-турецкой войны (1877-1878 гг.).

**Пи-и-Маргаль Франсеск** (1824-1901 гг.) – испанский политический деятель, философ, юрист, историк и писатель, глава исполнительной власти и правительства во времена Первой испанской республики.

**Пиже Жан** (1896 г., Швейцария – 1980 г.) – швейцарский психолог и философ, известен работами по изучению психологии детей, создатель теории когнитивного развития. Основатель Женевской школы генетической психологии, развил собственный подход к науке о природе познания – генетическую эпистемологию.

**Писарро Антонио Асенсио** (Барселона, 1947 г. – Мадрид, 2001 г.) – испанский, каталонский инженер, бизнесмен, редактор. Основатель огромного медиахолдинга Grupo ZETA. Был избран каталонцем года в 1982 году, членом ассамблеи Организационного комитета Олимпийских игр в Барселоне и членом Барселонского олимпийского фонда 92. Отец четверых детей.

---

**Поггесчи Джованни** – Джованни Поггесчи, итальянский юрист, исследователь, изучающий языковые права и обязанности, языковую политику, федерализм и др. Состоит в итальянском Департаменте юридических исследований.

**Поло Ирене** – Ирен Поло Роиг (1909-1942 гг.) – испанский журналист, публицист, представитель театра и переводчик, одна из первых женщин-журналистов каталонской прессы. Поло, выступавшая за трудовые права, участвовала в создании l'Agrupació Professional de Periodistes (Ассоциации профессиональных журналистов). Из-за гражданской войны в Испании она прожила последние три года своей жизни в изгнании в Буэнос-Айресе, где покончила жизнь самоубийством в возрасте 32 лет.

**Прадо Мария** – испанская писательница, преподаватель, исследователь. В соавторстве с коллегой по университету Бильбао Мартином Алонсо написала книгу «Этика дебатов. Условия, предпосылки и формы дискуссии», в которой проанализировала выступления каталонских политиков и общественных деятелей за первое десятилетие XX века. В книге представлена собственная разработанная концепция этики ведения спора.

**Пратканис Энтони** – американский психолог, профессор психологии в Университете Калифорнии, Санта-Круз, где он изучает и преподает социальную психологию, социальное влияние и методы ослабления предрассудков.

**Пуж Томас** – корректор газеты Gazeta de Gerona («Жиронская газета»), правая рука командующего оккупационными войсками генерала Ламарка и главный цензор Каталонии.

**Пужоль Жорди** – кат. Жорди Пужоль-и-Солей (1930 г.) – испанский, каталонский политик, Лидер партии Convergència Democràtica de Catalunya (CDC) с 1974 по 2003 год и президент Женералитета Каталонии с 1980 по 2003 год. Также успешна его врачебная деятельность – он изобрел мазь с антибиотиком Необацитрин.

**Пучдемон Карлес** – Карлес Пучдемóн-и-Казамажó (1962 г.) – каталонский журналист и политик, президент Женералитета Каталонии в 2016-2017 годах. В 2017 году отстранён от должности президента Женералитета Каталонии за

---

нарушение Конституции Испании и проведение незаконного референдума осенью 2017 года. Сам Пучдемон считает себя законным президентом Женералитата, а своё правительство – законным правительством Каталонии в изгнании. 5 ноября 2017 года сдался бельгийской полиции, 6 ноября отпущен под подписку о невыезде.

**Рахой Мариано** – Мариано Рахой Брей (1955 г., Сантьяго-де-Компостела) – испанский политик, лидер Народной партии с 2004 года. Шестой председатель правительства постфранкистской Испании. Занимал министерские посты в правительстве Хосе Марии Аснара: вице-президент правительства, министр внутренних дел. После поражения партии на выборах 17 апреля 2004 года возглавил оппозицию в Кортесах. На всеобщих парламентских выборах 20 ноября 2011 года Народная партия Испании под его руководством одержала победу. Был единственным в истории Испании председателем правительства, который занимал свой пост при правлении двух монархов – при Хуане Карлосе I с 2011 по 2014 год и Филиппе VI с 2014 года по 2018 год.

**Риба (Праг де ла Риба)** (1870-1917 гг.) – каталонский политический и культурный деятель, один из основателей движения каталонских националистов в конце XIX столетия, публицист и теоретик каталонизма.

**Риггинс Стеффен** – канадский учёный, профессор (доктор философии Университета Торонто). Область научных исследований: этническая принадлежность, социология культуры, СМИ и общественное мнение, исследования материальной культуры, социология семьи.

**Ридао Жоан** – Жоан Ридао-и-Мартин (Барселона, 1967 г.) – испанский, каталонский юрист и политик. Доктор в области политологии и управления (UB) и степень в области права (UAB). Старший советник парламента Каталонии. Совмещает преподавание в качестве адъюнкт-профессора кафедры конституционного права, политологии и администрации, церковного права и философии права в Университете Барселоны со своей работой в качестве члена Совета юристов Парламента Каталонии.

---

**Риего-и-Нуньес** – (1784-1823 гг.) – испанский генерал, либеральный политик (лидер эксальтадос).

**Риус-и-МосоляРамон** – каталонский писатель, публицист, автор строк, упоминаемых в монографии: «Каталонский модернизм стал символом возрождения Каталонии, ее языка, культуры, стал символом каталонской исключительности».

**Рока-и-Рока** – испанский, каталонский журналист, редактор La CampanadeGracia, имел ярко выраженную республиканскую и антиклерикальную направленность.

**Рубьо-и-Орс** – испанский, каталонский музыкант, волынщик, поэт, в течение 1839-40 годов регулярно публиковавший в газете Diario de Barcelona под псевдонимом Весельчак из Льобрегата свои стихи на каталанском языке.

**Рур и Бофилл Конрад** – (1841-1928 гг.) испанский, каталонский драматург, журналист, публицист и юрист. Директор и единственный редактор издания El puydelamare.

**Санс-и-Эскартин** – РомуальдоСезареоСансЭскартин (1844-1923 гг.), испанский карлистский политик и военачальник. Известен в основном как давний член Кортеса, сначала как депутат, а затем как сенатор, в обоих случаях представляющий Наварру. Написал «Заметки об экономическом и социальном положении Каталонии и особенно о каталонизме».

**Сантамария (Мария СорайяСаенс де Сантамария)** – МаріяСорайяСáэнс де СантамаріяАнтóн (1971 г., Вальядолид) – испанский государственный деятель, политик, член Народной партии. Юрист по образованию. В 2011-2018 годах — первый заместитель председателя правительства Испании, глава администрации премьер-министра Испании Мариано Рахоя в ранге министра. С 2016 года — также министр по делам территориальных администраций. С 28 октября 2017 по 2 июня 2018 года исполняла обязанности президента Женералитата Каталонии.

**СантрисоМануэль** – испанский, каталонский ученый, в соавторстве с Жауме Кларетом написавший монографию «Конструкция каталонизма. История

---

политических усилий». Придерживается консервативных позиций, считает идею каталонизма деструктивным, ярким примером радикального национализма. В тексте условно называется антикаталонистом.

**Смирнова Анна Геннадьевна** – исследователь, кандидат политических наук (МГУ им. М.В. Ломоносова, 2004 г.), доцент. Работает на кафедре социологии с 2006 г. Автор пяти монографий и более 60 статей, опубликованных в российских и зарубежных научных журналах. Область научных интересов: социология политики и международных отношений, политическая психология, принятие внешнеполитических решений, функционирование общественного мнения в системе властных отношений.

**Смолярова Анна Сергеевна** – исследователь в области медиа; доцент, кандидат политических наук. С 2015 года председатель совета молодых ученых Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций». Область научных и профессиональных интересов: диаспоральные медиа, медиапотребление, менеджмент редакций, история международной журналистики.

**Собрекес Жауме** – ветеран каталонской журналистики, историк и публицист. Вместе с Рубертом де Вентосом преследовался франкистской полицией как диссидент. Много лет выступая в поддержку каталонских социалистов, разочаровался в левых политиках и публично поддержал лидера каталонских националистов Артура Маса. Существование каталонской автономии в составе Испанского королевства публицист считает постоянным угнетением более слабого более сильным (из текста монографии).

**Солер Тони** – Antoni Soler i Guasch; (1965 г., Фигерас), более известный как Тони Солер – испанский, каталонский журналист, писатель, продюсер радио и телевидения. Директор программы Polònia TV3. В настоящее время он ведет программу Està passant, которая транслируется на TV3. Сотрудничал с газетой «Ага».

**Стефаненко Татьяна Гавриловна** – (1949-2018 гг.) советский и российский учёный-психолог, ведущий в России специалист по этнопсихологии. Доктор

---

психологических наук, профессор и заведующая кафедрой социальной психологии факультета психологии МГУ имени М. В. Ломоносова. Заслуженный профессор МГУ.

**Столин Владимир Викторович** (1947 г., Москва – 2020) – российский психолог и предприниматель. В 1970 г. окончил факультет психологии Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (МГУ). Доктор психологических наук (1985 г.), профессор. Автор свыше 100 научных публикаций, в том числе трёх монографий, более 100 статей и интервью в периодической печати на темы менеджмента и организационного поведения, психологического тестирования.

**Сухарев Владимир Александрович** (1937 г.) – доктор технических наук, профессор. Автор 17 книг и монографий в области теории упругости, прикладной механики, психологии.

**Тард Габриель** – Жан Габриэль Тард (1843-1904 гг., Франция) – французский социолог и криминолог, один из основателей субъективно-психологического направления в западной социологии. Преподаватель, писатель, создатель теории функционирования общества.

**Тасис Рафаэль** – Рафаэль Тасис и Бранд (Барселона, 1906 г. – Париж, 1966 г.) – испанский, каталонский писатель, переводчик, литературный критик, журналист и исследователь испанской журналистики.

**Тена Брюне (Торкуато Лука Де Тена Брюне)** – (1923 г., Мадрид – 1999 г.), маркиз де Лука Де Тена, испанский писатель и журналист, брат Торкуато Лука де Тена и Альварес-Оссорио.

**Тена и Альварес-Оссорио (Торкуато Лука де Тена и Альварес-Оссорио)** – (Севилья, 1861 г. – Мадрид, 1929 г.) – испанский журналист и бизнесмен, 1-й маркиз Луки де Тена. Он был основателем журнала Blanco y Negro, включенным в медиагруппу Prensa Española, в которую также входила газета ABC.

**Тернер Джонатан** – Джонатан Тернер (1942 г.) – американский учёный, профессор социологии Калифорнийского университета в Риверсайде. Член

---

Американской ассоциации по развитию науки. Известен как общий теоретик социологии, область научных интересов: социология эмоций, этнических отношений, социальных институтов, социальной стратификации и биосоциологии.

**Токвиль (Алексис де Токвиль)** – Alexis Charles Henri Clérel, граф де Токвиль (29 июля 1805 г. – 16 апреля 1859 г.). Французский дипломат, политолог, политический философ и историк. Наиболее известная научная работа – «Демократия в Америке» (в двух томах, 1835 и 1840 гг.) В научных работах анализировал повышение уровня жизни и социальных условий людей, а также их отношения к рынку и государству в западных обществах.

**Торра Жоаким** – Ким Тóрра, полное имя Жоаким Тóрра-и-Пла (1962 г., Бланес) – каталонский юрист, издатель, писатель и политик. Сторонник движения за независимость Каталонии. Депутат Парламента Каталонии XII созыва от партии «Вместе за Каталонию». Президент Женералитета Каталонии с 17 мая 2018 года.

**Торрент Жоан** – испанский, каталонский учёный, профессор в Открытом университете Каталонии (факультет экономики и бизнеса), Барселона. Его исследовательская деятельность связана с анализом деловых, экономических, трудовых, социальных аспектов цифровизации и здравоохранения.

**Тубау Иван** – Comatala Иван Tubau (Барселона, 1937-2016 гг.) – испанский, каталонский журналист прессы и телевидения, поэт и комик. В 1973 году написал «De Tono a El Perich», первую историю графического юмора в Испании, и, зная о своих возможностях в этой области, решил посвятить себя журналистике. Будучи профессором факультета журналистики, он стал первым редактором испанского издания Playboy.

**Тэджфел Генри** – Анри Тайфель (урожденный Герш Мордче 1919-1982 гг.) – европейский учёный, социальный психолог, наиболее известный своей новаторской работой по когнитивным аспектам теории предрассудков и социальной идентичности, а также одним из основателей теории социальной идентичности.

---

**Угуал Жоан Андреу** – испанский каталонский журналист, редактор газеты *Diario de Barcelona*, к которому газета перешла от Жоан Живанель-и-Маса.

**Фабра Помпеу** – испанский, каталонский лингвист, сыграл выдающуюся роль в определении нормативов современного каталанского языка. Именем Пумпеу Фабры названо одно из высших учебных заведений Барселоны.

**Фелиу-и-Кодина Антонио** – испанский, каталонский журналист и литератор, известный деятель каталонизма. Член либеральной монархической партии. Начал литературную карьеру с написания произведений на каталонском языке. В 1867 году основал еженедельник «*La Pubilla*».

**Фернандо VII** (1784-1833 гг.) – сын Карла IV Бурбона, король Испании в марте-мае 1808 года и с 1813 года.

**Фигерес Хосеп Мария Артигес** (1950 г.) – испанский, каталонский учёный, историк и профессор истории каталонской журналистики. Профессор истории журналистики Автономного университета Барселоны, где он преподаёт с 1991 года. Автор сотни книг по каталонской журналистике, истории политического и культурного каталонизма, специализирующийся на истории журналистики

**Филипп V** – король Испании Нуэв-Плант (1683-1746 гг.) – король Испании с 1700 по 1746 гг. (за исключением периода отречения от трона в пользу сына Луиса с 14 января по 6 сентября 1724 года), основатель испанской линии Бурбонов. Второй сын Людовика Великого Дофина, внук Людовика XIV и дядя Людовика XV.

**Филипп VI** (30 января 1968 г.) – король Испании с 19 июня 2014 года. С 1977 по 2014 год – принц Астурийский, Жиронский и Вианский, герцог Монбланский, граф Серверский, сеньор Балагер.

**Фогельсон Раймонд** – американский психолог и исследователь, предложивший теорию о теории «борьбы идентичностей».

**Фонтана Жозеп** – Жозеп (Хосе) Фонтана и Лазаро (1931-2018 гг.) – испанский, каталонский историк. Получил степень магистра философии и литературы (раздел истории) в Барселонском университете в 1956 году и докторскую степень по истории в том же университете в 1970 году. Ученик Жауме Висенса и



---

Вивеса и ФерранаСольдевилы. Основные направления исследований – экономическая история, история Испании XIX века и история собственности.

**Фромм Эрих** (1900-1980 гг.) – немецкий социолог, философ, социальный психолог, психоаналитик, представитель Франкфуртской школы, один из основателей неофрейдизма и фрейдомарксизма.

**Хабермас Юрген** (18 июня 1929 г.) – немецкий философ и социолог. Профессор Франкфуртского университета имени Иоганна Вольфганга Гёте. Директор Института по исследованию условий жизни научно-технического мира Общества Макса Планка в Штарнберге.

**Халлин Даниэль** – Даэниель Халлин (1953 г., Пало-Альто) – американский учёный, политолог, один из крупнейших в мире специалистов по коммуникациям. Профессор на факультете коммуникации Калифорнийского университета в Сан-Диего. Всемирно известен благодаря так называемым сферам Халлина, моделям репрезентации политических событий средствами массовой информации. Доктор философии.

**Хейл Генри** – Генри Хейл – американский учёный, профессор политологии и международных отношений, содиректор Программы новых подходов к исследованиям и безопасности в Евразии (PONARS Eurasia). Доктор философии, Гарвардский университет. Область научных интересов – вопросы политических режимов, этнической принадлежности и международной интеграции.

**Хенкин Сергей Маркович** – доктор исторических наук, профессор. Работает в МГИМО. Специализируется на политических системах и политических процессах в государствах позднего капитализма. Автор более 270 научных публикаций, в том числе: Феномен сепаратизма: испанский опыт (МГИМО, 2017 г.).

**Хогг Майкл** – Майкл Хогг (1954 г.) – британский психолог, профессор социальной психологии факультета психологии Клермонтского университета в Лос-Анджелесе. Он также является почетным профессором социальной психологии Кентского университета в Великобритании. Основное внимание

---

Хогг уделяет теории социальной идентичности. Исследования Хогга и его студентов в Лаборатории социальной идентичности рассматривают самость и социальную идентичность по широкому кругу тем, связанных с межгрупповыми отношениями и поведением людей в группах.

**Хулиана Энрик** – испанский, каталонский учёный и журналист, заместитель главного редактора крупнейшей каталонской газеты «Ла Вангвардиа» и политический обозреватель в Мадриде.

**Шиллер Герберт** – Герберт Ирвинг Шиллер, (1919-2000 гг.). Американский критик СМИ, социолог, писатель и ученый. Получил докторскую степень в Нью-Йоркском университете в 1960 году. Автор восьми книг и сотни статей в научных и популярных журналах.

**Шнейдер Лидия Бернгардовна** – известный российский психолог, доктор психологических наук, профессор. Главный редактор журнала «Актуальные проблемы психологического знания». Подготовила в совокупности более 30 книг и множество научных статей. Проходила обучение и повышение квалификации в США, Швейцарии и Германии. Специалист по практической и прикладной психологии, песочной терапии, руководитель магистерской программы «Школьно-семейное консультирование» (МПГУ). Автор концепции профессиональной идентичности. Лучший психолог РФ (третье место) на 2014 год.

**Щербатых Юрий Викторович** (22 мая 1955 г.) – доктор биологических наук, изучающий нейрофизиологию, профессор психологии МГЭУ.

**Эриксон Эрик** (1902-1994 гг.) – американский учёный, психолог в сфере психологии развития и психоаналитик. Известен своей теорией стадий психосоциального развития, а также как автор термина «кризис идентичности».

**Эстер Вера** – испанская, каталонская журналистка, редактор в интернет-издании ARA – наиболее популярной онлайн-газеты на каталанском языке.