DOI 10.15826/izv1.2020.26.1.002

УДК 070.11 + 81'42 + 070.23(470:73)

В. Ф. Олешко**А. О. Бьюкенен**

СОВРЕМЕННАЯ ПРЕССА КАК ФОРМА ОТРАЖЕНИЯ КОММУНИКАТИВНО-КУЛЬТУРНОЙ ПАМЯТИ (НА ПРИМЕРЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТ США)*

В статье рассматривается проблематика влияния русскоязычного контента печатных СМИ на жизнедеятельность зарубежных соотечественников. Используя в качестве эмпирической базы русскоязычные газеты, выходящие в штате Техас США, авторы доказывают, что именно данный тип массмедиа является в условиях повсеместной цифровизации контента не только одной из форм отражения коммуникативно-культурной памяти аудитории, но и фактором, непосредственно влияющим на социокультурную самоидентификацию представителей социума. Русскоязычная пресса, как свидетельствует проведенный авторами контент-анализ, становится при этом еще и площадкой для интеграции американской и русской культуры, ментальности, традиций.

Ключевые слова: глобализация; газеты; коммуникативно-культурная память; идентичность; текст; тематика; жанры; профессиональная культура журналиста.

Процессы глобализации и повсеместной цифровизации различного рода контента предопределили изменения практически во всех областях повседневной жизни представителей социумов, и прежде всего в том, что можно отнести к формам межличностных контактов. В исследованиях новейшего времени при этом все чаще можно обнаружить выделение учеными для анализа эмпирического материала, характеризующего проблематику межличностных коммуникаций, жителей не только одного какого-то государства, но и их соотечественников, живущих в странах ближнего и дальнего зарубежья. Ведь новые технологии, по сути, разрушили географические границы и дали возможность общаться даже в режиме реального времени [9].

Глобализация также обусловила фокусирование внимания исследователей, представляющих различные научные направления, к сферам, которые еще недавно можно было отнести только к социально-психологическим [5] или к сугубо локальным. Так, к примеру, на стыке филологии, культурологии и психологии, по мнению ученых, сегодня выделилось направление по изучению массмедиа, функционирующих в иноязычной среде. Актуальность работ в данном контексте заключается в том, что «анализу подвергается сложный дискурс, находящийся на стыке различных культур и информационных сред» [7, 3]. А в изучении влияния

* Исследование выполнено за счет гранта РНФ (проект № 19-18-00264).

ОЛЕШКО Владимир Федорович — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета (e-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru).

БЬЮКЕНЕН Анна Олеговна — магистрант Аризонского университета (University of Arizona), г. Тусон, Аризона, США (e-mail: annafomchenko25@gmail.com).

© Олешко В. Ф., Бьюкенен А. О., 2020

новых информационных технологий предполагается, что поле репрезентации массовой информации распространяется сегодня практически на все социальные сферы [1, 176–181].

Вместе с тем, как это ни парадоксально, относительно малоизученной остается проблематика влияния русскоязычного контента печатных СМИ на жизнедеятельность зарубежных соотечественников. По свидетельству социологов, именно данная типологическая группа массмедиа, издающихся в различных странах на русском языке, по-прежнему достаточно популярна у представителей не только старшего, но и среднего поколений. В качестве рабочей гипотезы исследования, проведенного на базе анализа русскоязычной прессы, выходящей в штате Техас США, мы предположили, что это во многом обусловлено риском утраты личностной идентичности или даже культурной самобытности социума. Ведь в контексте новых исследовательских парадигм есть основание доказательно утверждать, что русскоязычная пресса за рубежом является по своему содержанию одной из форм отражения *коллективной коммуникативно-культурной памяти*. Следовательно, данная проблематика актуальна с точки зрения поиска возможностей и каналов, способствующих диалогу культур, духовной и идеологической модернизации, что позволяет расширять возможности современных массмедиа и в целом новых технологий для развития демократических процессов.

Зарубежную русскоязычную прессу нередко именуют «эмигрантской». И в большинстве случаев это обоснованно: так, владельцами и издателями русскоязычных газет и журналов за рубежом чаще всего являются приезжие из стран бывшего СССР, осознающие потребность в них у аудитории. А коммерческий успех предопределяет, к примеру, такой факт: по данным Бюро переписи населения США за 2016 г., в стране было зарегистрировано около 3 млн россиян [10]. Мы не используем определение «бывших», поскольку в указанном отчете было записано именно так. Вместе с тем число русскоговорящих людей в стране намного выше. Говоря о русскоязычной среде в США, некоторые исследователи называют цифру от 5 до 7 млн человек, «поскольку русский язык входит в десятку наиболее употребляемых здесь языков» [9].

Следовательно, создание за рубежом русскоязычной прессы — закономерный процесс. Формирование диаспоры как группы людей, проживающих вне своей родины, всегда влечет за собой образование социальных институтов. Для поддержания идентичности и общности диаспоры создаются клубы, школы и, конечно, средства массовой информации. В нашем исследовании эмпирическую основу составили результаты тематического мониторинга и контент-анализа за 2018 г. и первую половину 2019 г. трех русскоязычных изданий США, выходящих в штате Техас. Также выводы в ряде конкретных случаев были сделаны на основе данных, полученных в ходе проведенных интервью с топ-менеджерами, владельцами и журналистами этих изданий.

Ракурсы теоретико-методологического анализа проблематики функционирования русскоязычных изданий, как мы отметили, обусловлены влиянием данной группы СМИ на процессы формирования и развития коммуникативно-культурной памяти социума. С термином «память» в первую очередь ассоциируются

чисто внутренние явления, локализованные сознанием отдельного человека. Однако конкретные компоненты, формирующие память отдельной личности, и то, насколько долго они могут там храниться, в большей степени определяется культурными и социальными рамками, а также рядом коммуникативных процессов, в которые включен или не включен человек. На это, как известно, впервые обратил внимание французский философ и социолог Морис Хальбвакс [8].

Немецкий ученый Ян Ассман «искусство запоминания», относящееся к отдельному индивиду и обозначающее те навыки и приемы, которые помогают развить его память, связал с понятием «помнящая культура». Именно его, по мнению ученого, можно отнести в целом к какой-либо группе, ведь в данном случае мы имеем дело с «*памятью, создающей общность*» [3, 30]. Две формы коллективной памяти: культурная и коммуникативная, на наш взгляд, находят прямое отражение в контенте русскоязычной прессы США. Коммуникативная память — это память, зафиксированная в языке, т. е. не только в общении с родными, друзьями, коллегами, но и в интерактивных контактах с журналистскими текстами изданий, а также с их авторами. Коммуникативную память образуют и воспоминания недалеко прошлого, в том числе память поколения, а также то, что определяет формы общения, к примеру, с родными и друзьями, живущими в России. Функцию фиксирования и сохранения воспоминаний отдельных людей в данном случае выполняют как раз средства массовой информации. При их посредстве чаще всего через системные публикации осуществляется и переход от коммуникативной памяти к культурной. Это можно наблюдать также, к примеру, на уровне сохранения тех или иных артефактов, бережно хранимых в семьях. Культурная память, безусловно, поддерживается и охраняется общественными и государственными институтами, поскольку тем самым как бы возмещается тот «урон», который претерпевает наша жизнь от повседневности.

Разницу между коммуникативной и культурной памятью, по мнению исследователей, метафорически можно определить как разницу между повседневностью и праздником, частным и общим, светским и сакральным. Ведь если коллективная память связана с конкретным поколением, то культурная память измеряется историческим временем. О влиянии СМИ на процессы формирования культурной памяти написала Алейда Ассман: «СМИ дают важные импульсы для культурной памяти, но сами по себе не создают ее. Они необходимы, чтобы активизировать культурную память, но для ее формирования нужны другие инстанции» [2].

Действительно, носящие периодичный характер средства массовой информации не могут формировать культурную память, однако, безусловно, являются ее медиаторами, поскольку посредством публикаций воскрешают и актуализируют культурную память, а также в определенной степени защищают ее от забвения. СМИ также, на наш взгляд, могут служить тем связующим звеном, что соединяет коммуникативную и культурную память, определяет процесс, при успешной реализации которого воспоминания отдельного человека уже не являются только личными воспоминаниями, а становятся частью культурной памяти.

Таким образом, русскоязычная пресса США является не только одной из форм отражения коммуникативно-культурной памяти ее аудитории, но и фактором,

непосредственно влияющим на социокультурную самоидентификацию представителей данного социума. О. Н. Малахова, на наш взгляд, справедливо определяет данный процесс как «осознание индивидом своей принадлежности к макросоциальным группам, выделяемым на основе ценностей, норм и образцов поведения, сложившихся в процессе длительного социокультурного развития» [4]. Проведенный нами опрос свидетельствовал, что издатели и журналисты русскоязычной прессы неоднократно убеждались в том, что сохранение своей идентичности — одна из самых актуальных проблем, характерных для среды различных подгрупп иммигрантов. Желание сохранить идентичность за пределами своей родины проявляется особенно сильно, ведь иммигрантам нужно отличаться от иностранного населения и сохранять национальную идентичность. Это относится и к самим журналистам, поэтому закономерно, что в процессе работы они в большей или меньшей степени акцентируют внимание на элементах культуры, менталитете, национальных традициях. Переезжая в другую страну, иммигранты начинают относиться к тому, что связано с их родиной, особенно трепетно, ведь это то, что поддерживает дух сплоченности между членами диаспоры, а также в определенной мере «лечит» тоску по родине. Ностальгия по прошлому свойственна людям, особенно тем, кто проживает вдалеке от родины. В ходе анализа мы выяснили, что именно публикации в русскоязычной прессе вызывают ассоциации с прошлым, т. е. так или иначе затрагивают память читателей.

Один из опрошенных нами респондентов, учредитель газет «Русская Америка» и «Русский Хьюстон Today» Валерий Тарасов, выделил следующие цели, которые ставил перед собой, открывая русскоязычное издание: создание информационного пространства для рекламодателей, создание площадки для высказывания различных, порой прямо противоположенных мнений (поскольку иммиграционная среда очень неоднородна), а также информационная поддержка русскоговорящей общины в проведении культурных мероприятий и языковых организаций, продвигающих русский язык как язык коммуникационных связей. Наиболее востребованными темами, по его мнению, при этом являются юридические аспекты иммиграции в США, адаптация иммигрантов в обществе, в частности, при создании интернациональных семей, а также вопросы получения или замены документов.

Для системного анализа нами были выбраны три русскоязычные газеты штата Техас: «*The Dallas Telegraph*», «*Русская Америка*», «*Русский Хьюстон Today*». Причину выбора именно этих изданий обусловили их достаточно широкая тематическая и жанровая направленность, зачастую контрастирующий по этой причине контент, что не характерно для других СМИ данной типологической группы. Также существенным был тот факт, что распространяются эти газеты не только на территории Техаса, но и в других штатах, включая Аляску, Аризону, Индиану, Кентукки, Оклахому, Теннесси, Флориду и др., где есть представители русскоязычных диаспор. В качестве единиц анализа газет за указанный ранее период были выбраны тематическое содержание текстов, их языковые особенности и структурные элементы представления контента.

В целом по результатам исследовательской работы были выявлены и описаны следующие основные функции, реализуемые русскоязычной прессой:

формирование духа единства среди иммигрантов; поддержание русского языка как языка повседневного общения; актуализация национальных культурных смыслов, характерных прежде всего для российской культуры; помощь в адаптации только что приехавшим иммигрантам; юридическая помощь иммигрантам.

Отметим, что современные русскоязычные СМИ в США все чаще являются конвергентными. Так, *«The Dallas Telegraph»* — это своего рода медиахолдинг, включающий в том числе телевизионный канал, где журналисты воспроизводят своего рода видеOVERSII текстовых материалов 12-полосной газеты или даже ведут прямые трансляции с важных событий. Отличительной ее чертой является и то, что авторы нередко публикуют свои статьи на английском языке.

Издание мультитематическое. Хотя есть и ряд постоянных рубрик: «Здоровье», «Психология жизни», «Недвижимость» (из этой рубрики читатели узнают о последних изменениях в сфере покупки, продажи и аренды жилья). Постоянными у данного СМИ являются также рубрики «Новости Техаса в фотографиях» и «Новости США в фотографиях». Здесь публикуются большие яркие снимки с пояснениями в 2–3 предложения. Это наиболее интересные и необычные новости со всего штата и страны в целом. Например, в одном из номеров 2018 г. была опубликована фотография робота-интерна, который появился в одном из госпиталей Гальвестона. В тексте объяснялось, что это сделано с целью снижения нагрузки на медсестер. В этой же рубрике был представлен снимок 85-летнего ветерана вьетнамской войны, который после смерти оставил завещание в 1 млн долл. Дому ветеранов штата Северная Каролина.

Помимо вышеперечисленного, издание выделяется тем, что регулярно публикует разного рода советы для успешной социальной жизни членов русскоязычной общины: о том, как правильно оформить документы для покупки автомобиля или аренды дома, и т. д. Также издание не пропускает ни одной новости из сферы иммиграции, что для читателей данного типа СМИ особенно актуально. С учетом менталитета своих читателей газета представляет зарисовки об успешно адаптировавшихся в США и проживающих ныне в Техасе представителях различных общественных сфер — риэлторах, врачах, юристах. Таким образом, с помощью редакции русскоязычный человек, живущий в Техасе, но плохо говорящий на английском языке (а такое тоже случается), может обратиться к «своим людям» за помощью в важнейших вопросах.

Безусловно, авторы этой и других газет регулярно публикуют новости из жизни русскоязычной диаспоры, репортажи о проведенных праздниках. Надо сказать, что в Далласе ее членами являются не только россияне, но и армяне, грузины, украинцы, белорусы, а также представители многих других этносов, причем разных возрастов. И если людей старшего возраста связывает память о прошлом, ведь все эти люди когда-то были жителями одной страны — СССР, то молодежи интересен сам процесс общения с представителями иной культуры, иных традиций и т. д.

Издания *«Русская Америка»* и *«Русский Хьюстон Today»* учреждены выпускниками факультета журналистики УрФУ Ольгой и Валерием Тарасовыми. Редакция газет находится в городе Хьюстоне. «Русская Америка» объемом

26 страниц выходит дважды в месяц, «Русский Хьюстон Today», в 16 полос, выходит один раз в месяц.

Отличительная черта «Русской Америки» — акцентирование внимания читателей на жанрах диалогового характера. Так, практически в каждом номере представлены опросы аудитории. Темы самые разнообразные, но наиболее популярны как раз те, что вызывают ассоциации с прошлым: «Ваш самый памятный подарок к 8-му Марта?», «Долго ли и как вы готовились к тесту на американское гражданство?», «Отмечали ли вы День Святого Валентина до приезда в США?», «Как бы вы решили проблему с нелегальными иммигрантами в США?». Отметим и тот факт, что в данной газете представлен и такой редкий сегодня для печатных СМИ жанр, как редакционная статья, в которой отражается позиция издания по дискуссионным вопросам. Контент-анализ также свидетельствовал, что именно в данном СМИ наиболее широко представлена «география» деятельности русскоязычных общин США.

«Русский Хьюстон Today» можно назвать своего рода дочерним изданием «Русской Америки»: на его страницах освещаются практически все актуальные для аудитории новости, некоторые из них даже дублируются в двух изданиях. Это, как мы выяснили у респондентов, обусловлено дефицитом текстов от авторов, профессионально владеющих журналистскими навыками не только по созданию, но и по продвижению публикаций. В 2018 г. наиболее успешными проектами данного рода, вызвавшими широкий резонанс, были названы «Сибирское здоровье: “Новомин” в Америке» и «Вышел в свет “Мамин букварь” для двуязычных детей».

В целом же контент-анализ публикаций русскоязычных изданий штата Техас за анализируемый период позволил выделить следующие тематические блоки, которые системно представлены на их страницах и которые можно рассматривать как элементы, отражающие коммуникативно-культурную память представителей аудитории данных СМИ.

1. Русские в Америке. В эту большую тематическую группу входят материалы, непосредственно затрагивающие частную жизнь русских в Америке, а также культурную и социальную жизнь русскоязычной общины в целом. Для примера приведем такие публикации:

- «Как доктор с царской фамилией Романова помогает клиентам обрести королевскую улыбку» (*The Dallas Telegraph*, 29 января 2018);
- «Как архангелогородец объехал Америку с триколором» («Русская Америка», 1 мая 2018);
- «Я помогла более 300 семьям купить дома» — интервью с русским риэлтором Ольгой Ганзен («Русская Америка», 15 февраля 2019);
- «Анна Алисон — автомобильная фея Далласа» (*The Dallas Telegraph*, 12 октября 2018).

Среди материалов про культурные праздники выделим следующие:

- «Приношение Владимиру Высоцкому» («Русская Америка», 1 марта 2018);
- «Как Техас отметил День вышиванки» (*The Dallas Telegraph*, 31 мая 2018);
- «Вся слава отдана героям-победителям!» (*The Dallas Telegraph*, 18 мая 2018);

- «Масленичные гулянья прошли в Центральном парке Нью-Йорка» («Русская Америка», 15 марта 2018).

Это тематический блок, как нам кажется, с наибольшей степенью влияния, его можно отнести к форме отражения коммуникативно-культурной памяти. Нередко публикации посвящены известным культурным деятелям России: музыкантам, поэтам, писателям. Русские традиции отмечать православные и светские праздники также отражаются в публикациях этого тематического блока.

2. Миграционные новости. В этом тематическом блоке освещаются самые последние новости, касающиеся миграционной политики, а также отношений между Россией и США. Эти материалы зачастую бывают наиболее политизированными. Мы выделили следующие из них:

- «Какие права дает гражданство США» (*The Dallas Telegraph*, 16 ноября 2018);
- «Правила получения рабочих виз H-1B и L-1 в Америку меняются» («Русский Хьюстон Today», 17 декабря 2018);
- «Иммигранты будут ждать гражданство почти 5 лет» («Русская Америка», 2 января 2019);
- «Почему служба иммиграции закрыла офис в Москве» («Русская Америка», 15 февраля 2019).

3. Актуальные новости США. Сюда входят важные новости и события, происходящие в стране, которые, надо заметить, важно знать и русскоязычному населению страны:

- «Америка простилась с сенатором Джоном Маккейном» (*The Dallas Telegraph*, 10 сентября 2018);
- «Умер 41-й президент США Джордж Буш-старший» (*The Dallas Telegraph*, 30 ноября 2018);
- «Новости Техаса: от политики до криминала» («Русский Хьюстон Today», 14 февраля 2019);
- «Рекордное количество американцев хочет уехать из США» («Русская Америка», 15 января 2019).

4. В России. В этот блок мы включили наиболее важные политические новости России, к которым русскоязычное общество США, разумеется, неравнодушно, о чем свидетельствовали дискуссии на страницах СМИ или в каких-либо других формах:

- «Форум “Вместе с Россией” состоялся в Москве» («Русская Америка», 15 марта 2018);
- «В Москве арестовали владельца музея русских икон из США» («Русская Америка», 15 июня 2018).

5. Советы. Здесь мы выделим публикации, которые помогают иммигрантам активно участвовать в общественно-политической жизни Техаса. Прежде всего, это материалы, касающиеся законодательства, здоровья, покупки или аренды недвижимости и т. д. Приведем несколько примеров:

- «Как найти лучшую страховку на автомобиль?» (*The Dallas Telegraph*, 28 декабря 2018);
- «Какие доверенности можно оформить в Техасе» («Русский Хьюстон Today», 14 февраля 2019);
- «Жизнь в США с детьми. Беременность» («Русский Хьюстон Today», 14 февраля 2019);
- «Как бесплатно сделать маммограмму в США» («Русская Америка», 15 октября 2018).

6. Взгляд в прошлое. Этот тематический блок охватывает исторические заметки о России и США, развитии их взаимоотношений в различных сферах жизнедеятельности. В этих материалах авторы обращаются в прошлое, объясняют появление тех или иных традиций или предаются ностальгии. Мы приведем в пример такие публикации:

- «Подвиг Узбекистана в Отечественной войне» («Русская Америка», 15 мая 2018);
- «Почему у русских не ставят пустую бутылку на стол?» («Русская Америка», 15 марта 2019);
- «Артисты, гремевшие на всю страну, оказались забыты» («Русский Хьюстон Today», 17 января 2019);
- «Как ругались на Руси до возникновения мата» («Русская Америка», 18 декабря 2018).

7. Совокупность тем «Обо всем понемногу». Посредством данных материалов реализуются рекреативная и культурно-образовательная функции СМИ. Выделим некоторые из публикаций данного рода:

- «Волшебные предметы и их влияние на нашу жизнь» (*The Dallas Telegraph*, 30 ноября 2018);
- «Кто вы по самому древнему гороскопу в мире?» («Русская Америка», 1 февраля 2019);
- «Если твоя жена русская, можно ожидать чего угодно» («Русская Америка», 15 октября 2018).

Приведем процентное распределение количества публикаций по вышеназванным тематическим направлениям, реализуемым в анализируемый период, по отношению к общему числу текстов (см. таблицу).

Распределение публикаций по темам, %

Рубрика	Название СМИ		
	The Dallas Telegraph	«Русская Америка»	«Русский Хьюстон Today»
Русские в Америке	30,4	45,0	27,0
Новости США	20,7	9,6	26,0
Миграционные новости	7,8	9,0	10,5
В России	4,0	7,0	3,5
Советы	19,9	6,7	10,3
Взгляд в прошлое	5,0	8,7	3,7
Обо всем понемногу	12,2	14,0	19,0

Ряд интересных тенденций мы выявили и в языковой сфере. Особенно это нашло отражение в заголовках медийных текстов. К слову, они чаще всего не отличаются изобретательностью: либо отражают информационный повод, либо содержат цитату героя интервью или опроса. В целом же среди языковых особенностей публикаций в русскоязычной прессе США отметим следующие:

- активное употребление разговорных слов и сленга в письменной речи;
- употребление английских слов, написанных по-русски;
- употребление крылатых выражений и выдержек из известных фильмов, в том числе советского периода;
- частичное употребление английских слов, а в ряде случаев — использование в газете полноценной публикации на английском языке;
- больше количество стилистических ошибок;
- в целом слабая корректура или полное ее отсутствие.

Проиллюстрируем вышесказанное несколькими примерами. Часто на страницах можно встретить английские слова, написанные по-русски: «шелтер» (приют), «бьюти-хак» (совет), «фейк-ньюс» (ложная новость), «экстра» (дополнительный). Также интересно то, что для своей русскоязычной аудитории авторы часто употребляют феминизмы (к примеру, «сенаторша») и слова, которые для жителя России были бы, вероятнее всего, непривычны: Санта-Клаус (вместо Деда Мороза), фунт (вместо килограмма).

Что касается цитат из советских фильмов, сохранившихся в памяти в силу, видимо, их необычности, то они тоже все чаще встречаются на страницах русскоязычной прессы. Так, заголовком материала про избыточный вес стала цитата из фильма «Джентльмены удачи»: «Кушать подано, или Садитесь жрать, пожалуйста» (*The Dallas Telegraph*, 15 февраля 2019). Название фильма — «Место встречи изменить нельзя» — было использовано в качестве заголовка для отчета с международного фестиваля Planet of Art Florida («Русская Америка», 1 декабря 2018). Однажды авторы «Русской Америки» использовали в заголовке публикации слово «оттепель», что тоже вызывает ассоциации с Советским Союзом: «Диалог России и США: оттепель в Далласе» («Русская Америка», 15 февраля 2019). Эта и ряд других тенденций обусловлены учетом журналистами фактора ностальгии некоторых представителей аудитории, а также их особой преданности медийной культуре, сформированной чаще всего в молодости.

Повышенная эмоциональность текстов также является особенностью публикаций в русскоязычной прессе США. Большинство авторов не скрывают переживаний, восторга, страха, недовольства и других эмоций и зачастую словесно воспроизводят это свое состояние. Эмоциональность, на наш взгляд, связана с некоторыми ментальными характеристиками, присущими русскому человеку.

- «Я еще плакала минут десять. Еле успокоилась. Материла их» («Русский Хьюстон Today», 16 ноября 2018);
- «То-то было радости, когда величественный Дед Мороз появился в зале!» («Русская Америка», 15 января 2019);
- «Даже страшно представить, что с ним могло бы случиться...» («Русская Америка», 1 марта 2018);

• «Когда я слышала в суде лепет этого мерзавца: “Я на все согласен. Я все сделаю”, — меня переполняла гордость за наших соотечественников» (*The Dallas Telegraph*, 1 марта 2019).

Эмоциональность проявляется и пунктуационно. Так, нередко в публикациях можно встретить следующее:

• «...а все-все-все (!) зрители наслаждались яркой и веселой развлекательной программой» (*The Dallas Telegraph*, 17 декабря 2018);

• «American Dream Group готова бесплатно (!) предоставить онлайн-оценку вашего дома по вашему запросу» (*The Dallas Telegraph*, 1 марта 2019).

Обращение к читателю также часто используемый авторский прием:

• «Знаете ли вы, дорогие читатели, что означают знаки и амулеты?» («Русская Америка», 15 ноября 2018);

• «Читатель, вы наверняка встречали некоторых “гуру-экспертов”, которые обещали научить вас...» (*The Dallas Telegraph*, 16 ноября 2018);

• «Где вы сейчас, мои дорогие друзья? Кого уж нет, а кто далече...» («Русская Америка», 15 января 2019);

• «Налогоплательщикам Далласа (то есть нам с вами, читатель) только снос памятника обойдется в 480 тысяч долларов» (*The Dallas Telegraph*, 15 февраля 2019).

Подводя итоги, можно сказать, что русскоязычную прессу, безусловно, можно признать одной из форм отражения коммуникативно-культурной памяти представителей ее аудитории. И это обусловлено не только тем фактом, что в данном контенте широко представлены материалы, посвященные памятным датам российской истории, известным деятелям искусства, а также культурной жизни русскоязычной диаспоры, вызывающие повышенный интерес у читателей. Конечно, коммуникативная память представителей аудитории данных изданий связана с культурой и бытом прошлого. «Русские американцы» из числа представителей молодежи, прожившие в США немало лет или даже родившиеся там, безусловно, перенимают многие черты американской культуры, но знание русского языка, общение с представителями старшего поколения, знакомство с текстами русскоязычных массмедиа неизменно в тот или иной период жизни пробуждает у них желание идентифицировать себя как уникальную личность. Русскоязычная пресса становится при этом еще и площадкой для интеграции американской и русской культуры, ментальности, традиций.

Проведенный анализ позволил также сделать вывод, что русскоязычная пресса Техаса выполняет все основные функции журналистики как социального института: коммуникативную, информативную, культурно-образовательную и рекреативную. Тематическое разнообразие текстов в целом может удовлетворять потребности как их реальной, так и потенциальной аудитории. Вместе с тем, с точки зрения полноценной реализации возможностей цифровой эпохи, а также диалоговых параметров транслируемого контента, использования всех имеющихся языковых средств, существует достаточно много проблем, которые связаны прежде всего с развитием профессиональной культуры журналистов.

Но это отдельная тема для продолжения исследований трансформационных процессов, свойственных развитию деятельности русскоязычной прессы за рубежом.

1. Амиров В. М. Военная журналистика и блоги: поле репрезентации // Знак. Проблемное поле медиаобразования. 2019. № 2 (32). С. 176–181.
2. Ассман А. Длинная тень прошлого. Мемориальная культура и историческая политика. [Электронный ресурс]. URL: <https://fil.wikireading.ru/80720> (дата обращения: 01.09.2019).
3. Ассман Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / пер. с нем. М. М. Сокольской. М., 2004.
4. Малахова О. Н. Социокультурная самоидентификация в современном поликультурном регионе [Электронный ресурс]. URL: <http://cheloveknauka.com/sotsiokulturnaya-samoidentifikatsiya-v-sovremennom-polikulturnom-regione#ixzz5jyMT3KF3> (дата обращения: 12.10.2019).
5. Олешко В. Ф. Психология журналистики. М., 2019.
6. Олешко Е. В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура как фактор оптимизации информационно-коммуникативных процессов : дис. ... д-ра филол. наук. Воронеж, 2018 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.science.vsu.ru/dissertations/6215.pdf> (дата обращения: 12.09.2019).
7. Толстикова Маккей И. В. Метафора в русскоязычной прессе США : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2012.
8. Хальбвакс М. Коллективная и историческая память [Электронный ресурс]. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/ha2.html> (дата обращения: 08.09.2019).
9. Dubinina I., Polinsky M. (Brandeis-Harvard). Russian in the U.S. [Electronic Resource]. URL: https://scholar.harvard.edu/files/mpolinsky/files/irina_dubinina_polinsky.pdf (accessed: 24.11.2019).
10. World Population Review. United States Population 2019 [Electronic Resource] // World Population Review. 2018. 21 Nov. URL: <http://worldpopulationreview.com/countries/united-states-population/> (accessed: 23.09 2019).

Статья поступила в редакцию 11.11.2019 г.