

DOI 10.22363/2312-9220-2020-25-4-746-755

УДК 070.13:801.83

Научная статья / Research article

Становление инновещания в России и за рубежом: историко-генетический и компаративистский анализ

А.А. Ефанов¹, Н.Э. Эфендиева²

¹Государственный институт русского языка имени А.С. Пушкина
Российская Федерация, 117485, Москва, ул. Академика Волгина, д. 6

²Международное информационное агентство «Россия сегодня»
Российская Федерация, 119021, Москва, Zubovskiy б-р, д. 4
yefanoff_91@mail.ru; nailyaefendieva@gmail.com

Аннотация. В статье проведен историко-генетический и компаративистский анализ инновещания. В хронологическом аспекте сравниваются передовой опыт зарубежных стран (Германии, Англии, Франции, США) и особенности становления инновещания в России. Выделяются основные этапы развития инновещания. Определяются доминирующие медиакоммуникационные каналы, посредством которых осуществляется инновещательная деятельность. По итогам проведенного исследования формируется вывод, что на первом этапе своего развития инновещание не представляло собой инструмент внешней политики и способствовало скорее культурному обогащению и поддержке своих соотечественников в других странах. Однако военное время предопределило будущую тональность инновещания – пропагандистскую направленность. В период Второй мировой войны инновещание во многих странах использовалось с целью дискредитации врага, а также мотивации военнослужащих и населения в тылу. В период Холодной войны инновещание усилило пропагандистское предназначение, продолжая реализовывать в своем дискурсе диффамационные стратегии относительно конкурентов и противников, на фоне чего сформировалось новое понятие «информационная война». В целом инновещание как дискурсивная стратегия преимущественно используется в ходе геополитических конфликтов – как открытых, так и латентных. В процессе эволюции медиакоммуникаций наблюдалось усиление борьбы за влияние на внешнюю аудиторию, которое наиболее отчетливо проявилось в результате реализации инновещания в поле телевидения, исходя из аудиовизуальной природы данного вида медиа. В XXI веке информационная борьба за интерпретацию социальной реальности и, как следствие, конструирование общественного мнения в мировом масштабе стали протекать в поле Интернета, где инновещание приобрело глобальный характер.

Ключевые слова: инновещание, радиовещание, телевидение, Интернет, историко-генетический анализ, компаративистский анализ, информационная война, геополитика

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию – 2 сентября 2020 г.; принята к публикации – 10 октября 2020 г.

© Ефанов А.А., Эфендиева Н.Э., 2020



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Для цитирования: Ефанов А.А., Эфендиева Н.Э. Становление иновещания в России и за рубежом: историко-генетический и компаративистский анализ // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2020. Т. 25. № 4. С. 746–755. <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-4-746-755>

Formation of international broadcasting in Russia and abroad: historical-genetic and comparative analysis

Aleksandr A. Yefanov¹, Nailya E. Efendieva²

¹Pushkin State Russian Language Institute
6 Akademika Volgina St, Moscow, 117485, Russian Federation

²International News Agency “Rossiya Segodnya”
4 Zubovskii Blvd, Moscow, 119021, Russian Federation
yefanoff_91@mail.ru; nailyaefendieva@gmail.com

Abstract. The article provides a historical-genetic and comparative analysis of foreign broadcasting. In the chronotopic aspect the advanced experience of foreign countries (Germany, England, France, USA) is compared with the peculiarities of the formation of foreign broadcasting in Russia. The main stages of the development of foreign broadcasting are highlighted. The dominant media communication channels through which foreign broadcasting activities are carried out are determined. Based on the results of the study, the conclusion is made that at the first stage of its development, foreign broadcasting was not an instrument of foreign policy and rather contributed to the cultural enrichment and support of its compatriots in other countries. However, wartime predetermined the future tonality of foreign broadcasting – a propaganda focus. During the Second World War, foreign broadcasting was used in many countries to discredit the enemy, as well as to motivate the military and the population in the rear. During the Cold War, foreign broadcasting strengthened its propaganda purpose, continuing to implement in its discourse defamatory strategies against competitors and adversaries, against the background of which a new concept of “information war” was formed. In general, foreign broadcasting as a discourse strategy is mainly used in the course of geopolitical conflicts, both open and latent. In the process of evolution of media communications, an intensification of the struggle for influence on the external audience was observed, which was most clearly manifested as a result of the implementation of foreign broadcasting in the field of television, based on the audiovisual capabilities of this type of media. In the 21st century, the information struggle for the interpretation of reality and, as a consequence, the construction of public opinion on a global scale began to take place in the field of the Internet, where foreign broadcasting has acquired a global character.

Keywords: foreign broadcasting, radio broadcasting, television, Internet, historical-genetic analysis, comparative analysis, information war, geopolitics

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: received – 2 September 2020; revised – 29 September 2020; accepted – 10 October 2020.

For citation: Yefanov, A.A., & Efendieva, N.E. (2020). Formation of international broadcasting in Russia and abroad: Historical-genetic and comparative analysis. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 25(4), 746–755. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-4-746-755>

Введение

Протекающие в настоящее время в мире глобализационные процессы заставляют страны усиливать свои сферы влияния – конструировать стратегии продвижения, переопределять механизмы взаимодействия как с государствами-партнерами, так и с прямыми антагонистами. В условиях медиатизации подобные стратегии и механизмы прежде всего формируются в мировом медиапространстве как поле конкуренции и откровенной борьбы. В этой связи в современных политических и социокультурных реалиях особая роль и значение отводится инновещанию как технологии позиционирования страны-производителя контента во внешней среде – мировом медиапространстве.

В отечественном междисциплинарном научном дискурсе исследованию инновещания посвящены работы А.Л. Акоповой, В.С. Бережной, А.Г. Быстрицкого, И. Гачечиладзе, Р.В. Даутовой, О.А. Дмитриева, Ю.М. Ершова, И. Навоаф, Е.И. Иваницкой, М.С. Темирова, М.В. Черданцевой, А.В. Шарикова и др. [1–11]. Представляя особую ценность как для истории и теории медиа, так и для индустрии, указанные научные изыскания не содержат попыток компаративистского анализа мирового опыта инновещания. Предметом рассмотрения настоящей статьи является изучение становления инновещания как в зарубежном, так и российском контексте. Используются методы историко-генетического и компаративистского анализа, позволяющие в хронологическом аспекте вычленить основные детерминанты в развитии указанного медиакоммуникационного феномена.

Зарубежный опыт инновещания

В настоящее время мировое инновещание преодолело практически вековой путь развития, историю его становления можно условно разделить на три этапа:

- 1) пилотные практики инновещания (1920–1940-е годы);
- 2) конституирование инновещания (1950–1990-е годы);
- 3) технологическая трансформация инновещания (2000–2010-е годы).

При этом ведущая роль в определении идеологической парадигмы инновещания отводится первому и второму этапам, когда конструировались основные смыслы, формировался особый стиль и, как следствие, обозначались доминирующие акторы и бренды (третий этап преимущественно связан не с содержательными, а формообразующими факторами, обусловленными влиянием поля Интернета на реструктуризацию медиапространства, которые в рамках настоящего исследования имеют вторичное значение).

В зарубежном контексте инновещание как устойчивое явление стало динамично развиваться с 1926 по 1935 годы – в период активного инкорпорирования радиовещания в социальную среду. «Парижское радио» и «Радио Германии» (с 1926 года на длинных волнах), BBC и «Радио Нидерландов», вещавшие на свои колонии в Азии и Африке (с 1927 года на коротких волнах), «Радио Польши» (с 1928 года на коротких волнах), «Московское радио» (с 1929 года на коротких и длинных волнах одновременно), «Радио Ватикана» (с 1933 года на коротких волнах) первоначально использовали до

трех языков в своей эфирной сетке и работали в микроформате в выходом 1–2 выпусков в сутки и продолжительностью до полутора часов.

Концепция международного радиовещания менялась, постепенно усиливая свою главную функцию – пропаганду. В первую очередь это касалось иновещательных комплексов Германии, Италии, Японии, Турции, Великобритании, США и СССР. Существовала своего рода «перекрестная» цепочка: фашистская Германия готовила передачи на ряд стран, в частности на Великобританию; Великобритания, в свою очередь, – на Германию и Францию; США – на Германию и Японию.

При этом необходимо отметить, что немецкое радио располагало определенным опытом подготовки передач для зарубежной аудитории еще до фашистского переворота в 1933 году. Однако именно Й. Геббельс решил выбрать радиовещание в качестве основного распространителя нацистской пропаганды. В 1929 году под Берлином в месте Вустерхаузен в эфир вышли первые передачи радиостанции Deutsche Welle («Немецкая волна»), главной задачей которой была подготовка контента для немцев, проживавших за пределами Германии.

После совершения фашистского переворота немецкая иновещательная деятельность значительно расширилась, приобретая государственные масштабы. В «Германское радиовещательное общество» входил отдел вещания на зарубежные страны. Из Кенигсберга велись радиопередачи на Польшу, из Гамбурга и Бремена – на Великобританию, из Штутгарта, Франкфурта-на-Майне и Саарбрюкена – на Францию. Тогда же создаются передачи для аудитории из Северной Америки, где в то время проживала крупная немецкая диаспора. В период с 1933 по 1939 годы немецкое вещание расширялось на Африку, Латинскую Америку, Восточную и Южную Азии, Центральную Америку, Бразилию и арабский мир. К началу Второй мировой войны в Германии вели передачи круглосуточно для восьми регионов на семи языках, а их среднесуточный объем составлял 75 часов. У фашистской пропаганды была главная цель – достичь популярности в стране вещания и сделать свой контент конкурентоспособным продуктам местных СМИ.

В 1938 году развернулась пропагандистская кампания в Австрии, где определяющим источником была именно Deutsche Welle. Поднимались вопросы этнического единства и национальной общности немецкой и австрийской наций. Как итог – оккупация Австрии. Подобная радиопропаганда позже позволила захватить Чехословакию и Польшу. После войны иновещание ФРГ возобновилось только в мае 1953 года. В 1960 году радиостанция Deutsche Welle обрела «независимость» от правительственных учреждений, став полностью самостоятельной. Передачи на зарубежную аудиторию перестали контролировать и подвергать цензуре. В период 1960–1970-х годов штаб-квартира Deutsche Welle находилась в Кельне, ее ежесуточный объем составлял более 100 часов, а передачи шли на тридцати языках. К середине 1970-х годов насчитывалось восемь программ станции: на ФРГ и ГДР, Азию, Африку, Латинскую Америку, Северную Америку, Восточную и Юго-Восточную Европу, Ближний и Средний Восток. В наши дни Deutsche Welle вещает на тридцати девяти языках около 100 часов в сутки. Передачи на русском языке ежедневно составляют 8 часов.

На становление иновещания в целом значительное влияние оказала BBC, ретрансляционные станции которой были расположены не только на британских островах, но и в Австралии, Канаде, Новой Зеландии, Южной и Восточной Африке, Индии, на Цейлоне, в Сингапуре, Гонконге. В период Второй мировой войны транслировались передачи на сорока пяти языках. Среди двадцати шести крупнейших иновещательных комплексов того времени BBC занимала лидирующую позицию и снабжала информацией Австралию, Гонконг, Канаду, Китай, Малайзию, Найроби, Новую Зеландию, Южную Африку, несколько западноафриканских станций и семьдесят две радиостанции США. В послевоенный период в BBC произошли определяющие структурные изменения – преобразование из правительственной корпорации в общественную. До настоящего времени BBC сохраняет и поддерживает репутацию качественного медиа.

В свою очередь, вещание из Франции на русском языке началось в 1960 году и продолжалось до 22 декабря 1974 года, а после девятилетнего перерыва возобновило свою работу 5 сентября 1983 года. Сегодня вещание из Франции ведется на девятнадцать стран. «Международное французское радио» расширяет вещание на коротких волнах и увеличивает объем ретрансляции через станции в странах-адресатах на средних волнах и УКВ (в частности, на Португалию, Парагвай, Молдавию, Литву, Армению, Россию и Украину). Увеличился объем передач на французском языке в районах Индийского океана, Северной и Восточной Африки.

Особое внимание в данном аспекте следует обратить на опыт США, где в начале 1930-х годов радиовещание стало в экспериментальном порядке применяться для коммерческих передач на близлежащие регионы – Канаду и Латинскую Америку. К 1942 году из США начинается радиовещание на зарубежные страны. В это время статус корпораций-лидеров приобрели National Broadcasting Company (NBC), Columbia Broadcasting System (CBS), а также некоммерческая World Broadcasting Service (WBS). Наибольший интерес для них в этот период представляли страны Латинской Америки, располагавшие огромной потенциальной аудиторией. В 1942 году в том регионе насчитывалось 4 миллиона радиоприемников, половина из которых могла принимать коротковолновые передачи. Широкое распространение получило групповое прослушивание радиопередач, во многих государствах были радиофицированы городские автобусы. С развитием иновещания растет и объем международного радиовещания, совершенствуется его техническая база. Так, если ежедневный объем иновещания США в 1950 году составлял 497 часов, то к концу 1972 года он достигал 2001 часа в сутки, а в настоящее время – до 4000 часов.

Развитие иновещания в России

В октябре 2019 года иновещание в России отметило свой юбилей – 90 лет с момента с основания. 29 октября 1929 года на радиостанции ВЦСПС на немецком языке вышла первая серия программ под названием «Сектор передач для иностранных рабочих в СССР». Спустя четыре года радиостанция, известная многим как «Московское радио», расширила свои границы и

транслировала на восьми языках мира. Стоит отметить, что СССР стал первой страной, осуществлявшей целенаправленное вещание на других языках. Передачи рассказывали о важнейших мировых событиях, политическом устройстве, культуре и творчестве, а также проводили беседы с соотечественниками за рубежом, способствуя тем самым популяризации русского языка и формированию положительного образа страны. Так возник первый этап развития иновещания в России.

Появившийся в XX веке термин «мягкая сила» (soft power) как нельзя лучше отражает тенденции того времени. Несомненно, это усиливало образ СССР во внешней среде. Накануне Великой Отечественной войны зарубежное радиовещание из Москвы шло на тринадцать языках. А после нападения фашистской Германии на Советский Союз трансляции велись уже на двадцать одном языке общим объемом – более 21 часа в сутки. К концу 1945 года программы выходили на двадцати девяти языках, а среднесуточный объем составлял почти 60 часов. Как раз после победы в Великой Отечественной войне русскоязычное радио завоевало особую популярность. Иностранцев все больше интересовало то, что происходит в стране, победившей фашизм, и каков Советский Союз на самом деле. К этому моменту иновещание в стране существовало почти 20 лет.

Примечательно то, что на втором этапе развития иновещания в СССР были изобретены механизмы, посредством которых удавалось «глушить» европейские сигналы (контент которых имел большую востребованность среди либерально настроенной интеллигенции). На фоне тотального контроля западного влияния на советского человека наблюдалась тенденция к усилению роли советских передач в восточноевропейском эфире. В стенах «Московского радио» без преувеличения вершилась история: уничтожалась империалистическая пропаганда, зачитывался ответ Н. Хрущева на срочную телеграмму Дж. Кеннеди, разрешался Карибский кризис и т. д. А позднее советских журналистов начали чаще отправлять в заграничные командировки, в результате чего значительно усилился престиж профессии. Корреспонденты выезжали в Европу и Азию, Африку и Америку, а также вели репортажи из «горячих точек».

Говоря о развитии рассматриваемого медиакоммуникационного феномена, стоит обратить внимание на настоящий прорыв в начале 1980-х годов. В одном ряду с такими яркими событиями истории, как XXII Олимпийские игры в Москве, запуск космического корабля Союз-37, начало ирано-иракской войны, убийство Дж. Леннона, должно стоять еще одно – осуществление иновещания «Московским радио» на семидесяти пяти языках. Цифра охватывает как западные (английский, французский, итальянский), так и восточные (хинди, пушту, дари) языки. Это было больше, чем у «Голоса Америки» (сорок два языка) и «Всемирной службы Би-би-си» (тридцать восемь языков). Для руководства Гостелерадио СССР (и страны в целом) данный факт являлся особым поводом для гордости. При этом важно отметить, что на «Московском радио» отсутствовало русскоязычное вещание.

Сильно изменившие облик страны «лихие» 1990-е не обошли стороной и иновещание – в период смены эпох (1990–1992 годы) снижаются объемы

производства подобного контента. Однако уже в 1993 году возрождается и претерпевает своего рода ребрендинг главная иновещательная радиостанция, которая начала именоваться как «Голос России». Доступная на сорока четырех языках мира, она продолжила выполнять задачи, поставленные еще в 1930-е годы, транслируя позицию руководства страны на события в мире, проводя беседы с соотечественниками за рубежом, а также усиленно популяризуя русский язык и русскую культуру. Данное влияние стало осуществляться на различных волнах (коротких и средних – FM- и AM-диапазонах соответственно), в цифровых форматах, по кабельным сетям, спутниковым каналам, а позднее – в Интернете и по мобильной сети. С развитием социальных сетей радио перекочевало на электронные странички, обеспечив доступ к информации в любое время суток, с возможностью прослушивания уже записанных и вышедших в эфир выпусков. «Голос России» входил в пятерку самых популярных международных радиостанций, его совокупная аудитория достигала 109 миллионов человек в 160 странах мира.

Кризисные 1990-е годы обозначили необходимость усиления значения и роли России во внешней среде – выстраивание образа сильного и могущественного государства на мировой политической арене, способного встать в одну линию со странами Европы и США. В 2005 году создается Russia Today – глобальный информационный телеканал, вещающий на английском, арабском и испанском языках. Ранее в России не существовало подобных аналогов, равных таким мировым лидерам медиaprостранства, как BBC и CNN. RT пришлось конкурировать не только со схожими по формату телеканалами, но и с крупными авторитетными изданиями (например, The New York Times, The Wall Street Journal, Associated Press, Reuters и др.). Появились так называемые «хабы» – зарубежные бюро в столицах мировых держав. В октябре 2014 года компания запустила первое новостное шоу из немецкой студии для граждан Германии. Тогда же появилась студия в Лондоне, а вместе с ней и канал RT UK, который осуществляет информационное вещание на Великобританию.

Кроме того, в 2014 году «Голос России» прекратил свое существование, на смену пришла конвергентная медиаструктура Sputnik, которая, в свою очередь, входит в медиахолдинг МИА «Россия сегодня». Являясь информационным агентством и публикуя новости в поле Интернета, Sputnik также осуществляет радиовещание на сорока пяти языках мира, на всех частотах и при помощи различных платформ. По данным LiveInternet, аудитория всех сайтов Sputnik на январь 2020 год составила более 64 миллиона посетителей в месяц.

Заключение

Историко-генетический и компаративистский анализ позволил прийти к выводу, что в целом иновещание способствовало идеологической пропаганде, выгодной для страны-вещателя. Первой этим воспользовалась фашистская Германия для привлечения внимания к нацизму и расширению числа политических союзников. Успешная агитация привела к быстрому увеличению территорий и дополнительной военной силе. Потеряв после Второй мировой войны сферу влияния, Deutsche Welle как флагману немец-

кого иновещания удалось вернуться в ряды конкурентоспособных медиа и продолжить осуществить свою деятельность до настоящего времени. Британская компания ВВС стала первой самостоятельной радиостанцией, которая в годы Второй мировой войны являлась основным источником информации с фронта и транслировала развлекательные передачи для поднятия боевого духа. Радиовещание США с 1940-х годов осуществляет иновещательную деятельность на территории Южной Америки. Благодаря развитию иновещания США на протяжении многих десятилетий удерживает господство на Южном континенте. Новые политические, экономические и социокультурные условия способствовали появлению в России медиакомпаний, нацеленных исключительно на иновещательную деятельность, – МИА «Россия сегодня» и Russia Today.

Таким образом, за свою вековую историю иновещание прошло несколько этапов развития и прочно укрепилось в современном медиакоммуникационном мире. С течением времени иновещание претерпевало структурные и семантические трансформации, а его функции определялись идеологическими и политическими детерминантами. Так, на первом этапе своего развития иновещание не представляло собой инструмент внешней политики и способствовало, скорее, культурному обогащению и поддержке своих соотечественников в других странах. Однако военное время предопределило будущую тональность иновещания – пропагандистскую направленность. В период Второй мировой войны иновещание во многих странах использовалось с целью дискредитации врага и мотивации своих военнослужащих и населения в тылу. В период Холодной войны иновещание усилило пропагандистское предназначение, продолжая реализовывать в своем дискурсе диффамационные стратегии относительно конкурентов и противников, на фоне чего сформировалось новое понятие «информационная война». Сложно сделать однозначные выводы, когда иновещательная деятельность была более ожесточенной – во время реальной войны или вербальной. Однако никого не заставит усомниться тот факт, что иновещание как дискурсивная стратегия преимущественно реализуется в ходе геополитических конфликтов – как открытых, так и латентных. В процессе эволюции медиакоммуникаций наблюдалось усиление борьбы за влияние на внешнюю аудиторию, которое наиболее отчетливо проявилось в результате реализации иновещания в поле телевидения, исходя из аудиовизуальной природы данного вида медиа. В XXI веке информационная борьба за интерпретацию социальной реальности и, как следствие, конструирование общественного мнения в мировом масштабе стали протекать в поле Интернета, где иновещание приобрело глобальный характер.

Список литературы

- [1] *Акопова А.Л.* Особенности развития иновещания в России (на примере радиокomпании «Голос России» и сайта Sputnik МИА «Россия сегодня») // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2019. № 3. С. 84–86.
- [2] *Быстрицкий А.Г., Шариков А.В., Бережная В.С.* Тенденции развития эфирного русскоязычного радиовещания за рубежом в 2010–2018 годах // Международная жизнь. 2018. № 11. С. 36–53.

- [3] *Гачечиладзе И.* Глобальное иновещание Франции на современном этапе: телевизионные каналы в борьбе за зарубежную аудиторию // *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. 2006. № 3. С. 90–97.
- [4] *Даутова Р.В.* Специфика иновещания на республиканском радио ТАССР // *Казанская наука*. 2019. № 5. С. 30–32.
- [5] *Ершов Ю.М.* Глобализация и моделирование национальных медиасистем // *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2010. № 2 (10). С. 81–88.
- [6] *Наоваф И.* Вещание «Московского радио» на страны Ближнего и Среднего Востока в советский период // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика*. 2011. № 1. С. 64–72.
- [7] *Наоваф И.* Особенности регионального подхода в российском иновещании: история и современность: дис. ... канд. филол. наук. М., 2011. 178 с.
- [8] *Иваницкая Е.И., Дмитриев О.А.* Российское иновещание сегодня: от международной пропаганды к альтернативному информационному вещанию // *МедиаАльманах*. 2017. № 1 (78). С. 69–79.
- [9] *Иваницкая Е.И.* Современное вещание на зарубежные страны: «Голос России». 1993–2003 гг. (концепция, структура, жанровые особенности): дис. ... канд. филол. наук. М., 2003. 209 с.
- [10] *Темиров М.С.* Конвергенция медиаплатформ в американском иновещании: методология и тенденции // *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*. 2012. № 2. С. 216–222.
- [11] *Черданцева М.В.* «Мягкая сила» иновещания // *Современные научные исследования и разработки*. 2018. Т. 2. № 5 (22). С. 583–587.

References

- [1] Akopova, A.L. (2019). Osobennosti razvitiya inoveshchaniya v Rossii (na primere radiokompanii “Golos Rossii” i sajta Sputnik MIA “Rossiya segodnya”) [Features of the development of foreign broadcasting in Russia (on the example of the radio company “Voice of Russia” and the website Sputnik MIA “Russia Today”)]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika* [Bulletin of the Voronezh State University. Series: Philology. Journalism], (3), 84–86. (In Russ.)
- [2] Bystrickij, A.G., Sharikov, A.V., & Berezhnaya, V.S. (2018). Tendencii razvitiya efirnogo russkoyazychnogo radioveshchaniya za rubezhom v 2010–2018 godah [Trends in the development of on-air Russian-language radio broadcasting abroad in 2010–2018]. *Mezhdunarodnaya zhizn’* [International Affairs], (11), 36–53. (In Russ.)
- [3] Gachechiladze, I. (2006). Global’noe inoveshchanie Francii na sovremennom etape: Televizionnye kanaly v bor’be za zarubezhnyuyu auditoriyu [Global foreign broadcasting in France at the present stage: Television channels in the fight for foreign audiences]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, (3), 90–97. (In Russ.)
- [4] Dautova, R.V. (2019). Specifika inoveshchaniya na respublikanskom radio TASSR [Specificity of foreign broadcasting on the republican radio of the TASSR]. *Kazan’skaya nauka* [Kazan science], (5), 30–32. (In Russ.)
- [5] Ershov, Yu.M. (2010). Globalizaciya i modelirovanie nacional’nyh mediasistem [Globalization and modeling of national media systems]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya* [Bulletin of Tomsk State University. Philology], 2(10), 81–88. (In Russ.)
- [6] Naovaf, I. (2011). “The Moscow Radio” broadcasting in countries of the Middle East during the Soviet period]. *Bulletin of Peoples’ Friendship University of Russia. Series: Studies in Literature. Journalism*, (1), 64–72. (In Russ.)
- [7] Naovaf, I. (2011). *Osobennosti regional’nogo podhoda v rossijskom inoveshchanii: Istoriya i sovremennost’* [Features of the regional approach in Russian foreign broadcasting: History and modernity] (Dissertation of the Candidate of Philological Sciences). Moscow. (In Russ.)

- [8] Ivanickaya, E.I., & Dmitriev, O.A. (2017). Rossijskoe inoveshchanie segodnya: Ot mezhdunarodnoj propagandy k al'ternativnomu informacionnomu veshchaniyu [Russian foreign broadcasting today: From international propaganda to alternative information broadcasting]. *MediaAl'manah [MediaAlmanach]*, (1), 69–79. (In Russ.)
- [9] Ivanickaya, E.I. (2003). *Sovremennoe veshchanie na zarubezhnye strany: "Golos Rossii". 1993–2003 gg. (konceptsiya, struktura, zhanrovye osobennosti)* [Modern broadcasting to foreign countries: "Voice of Russia". 1993–2003 (concept, structure, genre features)] (Dissertation of the Candidate of Philological Sciences). Moscow. (In Russ.)
- [10] Temirov, M.S. (2012). Konvergenciya mediaplatform v amerikanskom inoveshchanii: Metodologiya i tendencii [Convergence of Media Platforms in American International Broadcasting: Methodology and Trends]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika [Voronezh State University Bulletin. Series: Philology. Journalism]*, (2), 216–222. (In Russ.)
- [11] Cherdanceva, M.V. (2018). "Myagkaya sila" inoveshchaniya ["Soft power" of foreign broadcasting]. *Sovremennye nauchnye issledovaniya i razrabotki [Modern research and development]*, 2(5(22)), 583–587. (In Russ.)

Сведения об авторах:

Ефанов Александр Александрович, кандидат социологических наук, доцент кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-9979-9224>.

Эфендиева Наиля Эхсан кызы, магистр филологии, редактор объединенной дирекции иновещания МИА «Россия сегодня».

Bio notes:

Aleksandr A. Yefanov, PhD in Sociology, Associate Professor of the Department of Russian Literature and Intercultural Communication of the Pushkin State Russian Language Institute. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9979-9224>.

Nailya E. Efendieva, Master of Philology, editor of the United International Broadcasting Directorate of the International News Agency "Rossiya Segodnya".