

Секция «Журналистика»

**Межгосударственная коммуникация посредством СМИ на примере
российско-польских отношений**
Фукалова Анастасия Олеговна

Сибирский федеральный университет, , Красноярск, Россия
E-mail: tmanastasia@ya.ru

В эпоху глобализации в политической, экономической и культурной сферах основным орудием получения информации являются средства массовой информации.

Немаловажную роль играет и глобализация мирового информационного пространства. Современное общество поистине является информационным, и в рамках такого общества люди имеют возможность получать актуальную и объективную информацию в любой момент и любым способом из различных источников, как традиционных (газеты), так и современных. Причем, в эпоху конвергенции средств массовой информации, по причине тотальной информатизации второй тип источников выдвигается на первый план. Получение нужной информации из них происходит посредством глобальной сети Интернет. Это не только электронные аналоги печатных СМИ, электронные (цифровые) СМИ, информационные блоги, социальные сети, но и также применение механизмов поисковых систем как Google, Yahoo, Yandex search и др., так и встроенных поисковых систем на сайтах цифровых СМИ. Движущей силой развития и прогресса на данном этапе развития общества являются информация и получаемые из нее знания.

Одной из основных функций средств массовой информации является информирование граждан о положении собственной страны на международной арене и о ее контактах с другими государствами. Россия на современном этапе развития стремится к поддержанию и укреплению имеющихся связей с «братскими народами», и, в том числе, с Польшей. Отношения России и Польши не всегда складывались довольно «гладко». На протяжении истории были и войны, и перемирия, и трагедии, и конфликты, неудивительно, что, так или иначе, в отношениях присутствуют негативные тенденции.

В поле зрения автора попадают три типа источников информации об отношениях и узловых моментах истории России и Польши: с начала XVII в. — тексты публицистической полемики, с начала XIX в. — тексты СМИ России и Польши, и в конце XX — начале XXI вв — материалы интернет версий периодических изданий.

Как отечественные СМИ, так и национальные польские массмедиа активно освещают этапы российско-польских отношений, характер которых непосредственно влияет не только на эмоциональный настрой граждан, осведомленность о положении и имидже стран на мировой арене, но и на стереотипизацию мироощущения и предвзятое отношение к другой стороне.

Автор исследует как российские газеты — «Известия», «Российская газета», «Независимая газета» и их электронные версии, а также такие ресурсы, как «Правда.ру», «Свободная Пресса», «Риа Новости». В сопоставление им ставятся материалы польских национальных ежедневных общественно-политических газет «Rzeczpospolita», «Gazeta Wyborcza», «Gazeta Polska» и их электронных версий и др.

При исследовании новостных медиа использовались следующие методы: применялся *метод контент-анализа, метод дискурсивного анализа, метод сплошной выборки.*

В рамках первичной ступени осуществления контент-анализа целью выступает выявление причин типологических различий медиатекстов России и Польши. Существуют определенные признаки позволяющие отследить отбор языковых средств авторами медиатекстов — принадлежность к определенной группе, гендерные различия, структурные характеристики на «переднем плане» текста или поверхностный уровень, на уровне «подтекста» (второй план) и на содержательно-концептуальном уровне текста, где анализируется «глубинный» смысл.

Отношения России и Польши рассматриваются с позиции основных подходов *теории коммуникации* и в рамках *дискурсивного анализа*. Так, в рамках лексико-семантического и стилистического подходов выделяются следующие цели — выявление способов реализации в языке СМИ воздействующей функции языка, дискурсивной вариативности, средств выражения экспрессивности, средств выражения семантически-концептуализированной позиции по отношению к какой-либо проблеме или ситуации и др.

Исходя из того, что информационное воздействие языка СМИ на читателя зависит от целевой установки, оно может носить двоякий характер — положительный, либо отрицательный. Одним из примеров такого воздействия Мохиревой С.В. выделяются следующие языковые (лингвистические) приемы дискредитации политической власти. Как правило, это такие стилистические приемы, позволяющие уже на первом этапе (заголовок) привлечь читателя, тем самым создавая определенный образ в его сознании — «оценочное поле . . . на уровне заголовочного комплекса», «игра со словом или фактом», ирония, сарказм, пародия и др. [1]

Одним из неотъемлемых элементов в освещении международных отношений выступает создание положительного образа страны не только во внешней политике, но и во всех сферах внутренней политики при помощи национальных СМИ. Тем самым создается положительный имидж страны (напр. России), который, по мнению Саньковой И.С., складывается из совокупности выявленных стереотипных образов:

- «как дружелюбного государства»;
- «как государства с четко выстроенной политической тактикой»;
- страна, «культура которой терпит нападки со стороны других государств». [2]

Возможность сотрудничества государств и положительный потенциал постоянно подвергаются отрицательному влиянию из-за ряда конфликтообразующих факторов в экономической и социально-политической сферах под влиянием национальной и религиозной специфики. Одним из таких факторов выступает недостаточная осведомленность граждан об истории своего государства. Более того, пренебрежительное отношение берет свои корни в незнании как культуры собственной страны, так и в несформированности чувства толерантности. В частности, отношения не только России и Польши, но и других государств рассматриваются через призму дихотомии «свое» и «чужое».

Автор считает целесообразным осуществление многоаспектного сопоставительного изучения текстов СМИ в рамках российско-польских отношений, что позволит выявить предпосылки, закономерности и тенденции в типологическом различии межгосударственной коммуникации посредством СМИ. В зависимости от совокупности различных факторов прослеживаются как негативные, позитивные, так и нейтральные тенденции отношений, которые отражаются в языке текстов СМИ.

Литература

1. Мохирева С.В. Приемы дискредитации политической власти в «Новой газете» // Средства массовой информации в современном мире : молодые исследователи: Материалы IX межвуз. Научн.-практ. конф. Студентов и аспирантов 3-5 марта 2010г. – СПб., 2010. – с 99-100.
2. Санькова И.С. Освещение мужгосударственных отношений в программах мужгосударственных телеорганизаций как способ формирования имиджа Российской Федерации (на примере Первого канала) // Средства массовой информации в современном мире : молодые исследователи: Материалы IX межвуз. Научн.-практ. конф. Студентов и аспирантов 3-5 марта 2010г.– СПб., 2010. – с 161-163.