

"Образ России" в телевидении Полинезии

Научный руководитель – Мириманов Дмитрий Александрович

Богатырева Анна Николаевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия

E-mail: annalambesis@yandex.ru

21 век - столетие информационных технологий - создал новое «информационное общество», а информационные ресурсы этого общества обусловили фактор развития общества как в научно-техническом, так и в социальном плане. Одним из таких ресурсов являются СМИ. Очевидно, СМИ, в разной степени, оказывают влияние на мышление личности, на её стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня. Но у отдельного человека - свои особенности, мировоззрения, поэтому представленная в СМИ реальность интерпретируется каждым человеком по-своему. Таким образом, подтвердим банальный тезис о том, что СМИ формируют массовую картину мира и, следовательно, общественное мнение.

СМИ - одно из средств передачи информации политического характера (событий, взглядов, мнений и т. д.), и они принимают активное участие в мировой и национальной политике, из чего следует, что СМИ становятся необходимой составляющей политической коммуникации.

Особое место в исследованиях политической коммуникации (политического дискурса) занимает проблема формирования имиджа страны - некоего образа, формирующегося в сознании общественности.

Образ государства на мировой арене по большей части может оказывать влияние на внешнюю и внутреннюю политику. Мною сделан вывод, что имидж страны - это совокупность стереотипов и мифов о стране, транслируемых различными каналами передачи информации (коммуникации).

Гипотеза моей работы заключалась в том, что в телевидении Полинезии, представленном в моей работе двумя главными каналами Новой Зеландии и Фиджи - формируется негативный образ нашего государства.

Я решала поставленную проблему: какие лингвистические средства используются для формирования образа России в указанных каналах в условиях современной политической ситуации?

Анализ включал в себя два аспекта: определение тематики выпусков о России и исследование речевой лексики, использование журналистами выразительных средств и экспрессивно-оценочной лексики.

Рассмотрим изученные мной способы формирования образа государства.

Первым способом является «погружение» объекта в определенный контекст политической коммуникации. В полинезийских СМИ о России ранее сообщали в контексте военных действий, где она выступала как захватчик и агрессор; а также в контексте сложных переговоров, то есть Россия «мелькала» как государство, которое перманентно находится в состоянии конфликта с другими странами.

Второй способ - создание ассоциаций, который тесно связан в СМИ с представлениями о главе государства, столице. Важно отметить, что лексические средства для выражения

мнения и оценки используются журналистами чаще всего именно в отношении Владимира Владимировича Путина, Москвы и Кремля.

Третий способ - это употребление экспрессивно-оценочной лексики и лексических средств выразительности (метафор, эпитетов, гипербол, иронии и т.п.)

И, наконец, четвертый способ выражения мнения и оценки, влияющий на формирование образа государства - использование чужой речи, которая позволяет дать более «яркую» оценку политической ситуации. Цитируемые фрагменты могут быть в виде прямой речи, цитат или косвенной речи, как указание на прямую.

На сегодняшний момент, после того как улеглись события в Украине, Сирии - исчез раздражающий фактор. На протяжении трех месяцев внимательного изучения контента, я не обнаружила большого количества информационных сообщений, наделённых эмоционально экспрессивными оценками и комментариями. Тематика сотрудничества встречается часто, в отношении к некоторым странами Евросоюза. И эти новости больше не теряются на фоне негативных сообщений.

Россия фигурирует как участница спортивных состязаний, к некоторым спортивным категориям, в связи с этим, даже проявляется определенная доля уважения (хоккей, фигурное катание, художественная гимнастика, синхронное плавание). Но для новозеландцев и фиджийцев главенствующую роль играет регби, именно этой религии подчиняется телевизионное вещание, порой выставляя сообщения о победах национальной сборной выше внешнеполитических сообщений, поэтому заслужить настоящий спортивный авторитет и изменить имидж в сторону более положительного получится нескоро.

Стоит отметить, что Новая Зеландия и Фиджи - наиболее территориально отдаленные государства (не только от России, но и от всего мира), поэтому неудивительным является то, что в своей телевизионной политике они стараются, с одной стороны, показать, что они не уступают ведущим мировым державам (это касается только Новой Зеландии), а с другой стороны они держатся вдали от мировых катастроф, катаклизмов и потрясений, свято оберегая тишину и спокойствие своего края. Вспышки мировой активности долетают до сознания обычных граждан словно через дымовую завесу, гораздо тише и менее явственно, с определенной долей утрирования. Новая Зеландия идет за Британией, а Фиджи - за Новой Зеландией, только на своих почвах произрастают уникальные семена, ничуть не похожие на те, которые стоят у истоков.

Гипотеза, поставленная в начале работы, не подтвердилась. Сегодня идет качественное изменение в сторону если не положительного формирования имиджа России, то хотя бы в сторону умолчания и игнорирования.

Литература

1. <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2009/02/03/>