

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПОЛИЭТНИЧНОЙ СРЕДЕ

С. А. Соловьёва

В статье анализируется роль СМИ в условиях полиэтничной среды Крыма.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, СМИ, полиэтничность

У статті проаналізовано роль ЗМІ в умовах поліетнічного Криму.

Ключові слова: міжкультурна комунікація, ЗМІ, поліетнічність

The article analyses the role of mass media in terms of polyethnic environment of Crimea

Key words: intercultural communication, mass media, polyethnicity

Стремление понять чужие культуры или их представителей, разобраться в культурных различиях и сходствах существует столько времени, сколько существует культурное и этническое разнообразие человечества. Столь же древним, как и желание постичь другие культуры, является стремление не принимать во внимание другие культуры или же рассматривать их как недостойные, оценивая при этом носителей этих культур как людей второго сорта, считая их варварами, у которых нет ни культуры, ни личностных качеств и вообще каких бы то ни было человеческих достоинств. Такого рода полярное отношение к другим культурам существовало на всем протяжении человеческой истории. Большинство специалистов считают, что говорить о межкультурной коммуникации можно лишь в том случае, если люди представляют разные культуры и осознают все, не принадлежащее к их культуре, как чужое. Отношения являются межкультурными, если их участники не прибегают к собственным традициям, обычаям, представлениям и способам поведения, а знакомятся с чужими правилами и нормами повседневного общения.

Не вызывает сомнений, что коммуникация будет межкультурной, если она происходит между носителями разных культур, а различия между этими культурами приводят к каким-либо трудностям в общении. Эти трудности связаны с разницей в ожиданиях и предубеждениях, свойственных каждому человеку и, естественно, отличающихся в разных культурах. У представителей разных культур по-разному идет дешифровка полученных сообщений. Все это становится значимым только в акте коммуникации и приводит к непониманию и напряженности, трудности и невозможности общения.

И, наконец, межкультурная коммуникация основывается на процессе символического воздействия между индивидуумами и группами, культурные различия которых можно распознать. Восприятие и отношение к этим различиям влияют на вид, форму и результат контакта. Каждый участник культурного контакта располагает своей собственной системой правил, функционирующих таким образом, чтобы отосланные и полученные послания могли быть закодированы и декодированы. Признаки межкультурных различий могут быть интерпретированы как различия вербальных и невербальных кодов в специфическом контексте коммуникаций. Таким образом, межкультурную коммуникацию следует рассматривать как совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам. Степень межкультурности каждого конкретного акта коммуникации во многом зависит от толерантности, предприимчивости, личного опыта его участников [8].

Язык не существует вне культуры. Это один из важнейших компонентов культуры, форма мышления, проявление специфически человеческой жизнедеятельности, которая сама в свою очередь, является реальным бытием языка. Поэтому язык и культура неразделимы. Картина мира в форме языковых знаков, фиксированных в языке способов восприятия действительности, предстает как языковая картина мира. Языковая картина мира – это проявленное в формах речевой деятельности языковое сознание. Феномен Крыма включает концептуальную картину мира всех населяющих его граждан, что делает языковую ситуацию специфической и многомерной. Целостное представление о полилингвокультурном феномене можно получить лишь в результате комплексного подхода к проблеме социо- и психолингвистического, когнитивного и прагматического, этнолингвистического и экзистенциального. Один аспект принципиально не может отрываться от другого. Только совместимость, целенаправленное наложение одних признаков на другие, описание корреляционных связей даст возможность выявить сущность проблемы [3, с. 11].

В условиях геополитической социальной общности единого информационного пространства формируются когнитивные модели общекультурного значения, что позволяет говорить об общем культурном пространстве как совокупности образов и символов общественного сознания. Эти образы и символы, переданные в соответствующих языковых знаках, преломляются в системе ценности индивида, определяют его отношение к культуре и языку [3, с. 14].

Как известно, в Крыму проживает свыше 110 различных наций и народностей, которые стремятся развивать свою культуру, бережно хранят и совершенствуют свой язык. История полуострова сложна и разнопланова, отражает нелегкую судьбу населяющих его этносов. История Крыма – это история

миграции. Каждый крупный приток или отток мигрантов вносил коренные изменения в этническую структуру населения этой части Украины.

На рубеже второго и третьего тысячелетий общение людей, опосредованное техническими системами, приобретает массовый характер. Телевидение как коммуникативная корпорация порождает своего рода реальность, некий мир. С помощью языка, зрительных образов оно делает человека участником событий, происходящих на экране, порождая феномен достоверности и сиюминутности происходящего. Зритель перед экраном живет жизнью своих героев, их чаяниями и переживаниями. Незаметно телевидение создает реальность, которая функционирует с помощью того же языка символов, что и обыденное человеческое сознание.

Взаимодействие индивидуального сознания с этой символической реальностью становится важной проблемой для современной науки. Сегодня телевидение приходит практически в каждый дом. Уникальной его особенностью является то, что человек может становиться участником событий, не покидая домашнего очага, находясь в кругу семьи. Потому именно телевидение способно охватывать самые широкие слои населения, даже те, которые находятся за пределами других средств массовой коммуникации. Г.В. Кузнецов, В.Л. Цевик, А.Я. Юровская выделяют следующие специфические особенности телевидения. Первое – способность электромагнитных колебаний, несущих телевизионный сигнал, принимаемый телевизором, проникать в любую точку пространства (в зоне действия передатчика). Называют эту способность **вездесущностью** телевидения.

Второе – способность передавать сообщение в форме движущихся изображений, сопровождаемых звуком. Это свойство называют **экранностью** телевидения. Благодаря экранности телевизионные образы воспринимаются непосредственно – чувственно, а потому доступны самой широкой аудитории.

Третье – способность сообщать в звукозрительной форме о событии в момент его совершения либо создавать эффект сиюминутности, если речь идет не о прямом эфире. Это свойство называют **непосредственностью** телевидения [12].

Актуальность. Телевидение вернуло человечеству возможность двустороннего контактирования, которая была утрачена по мере вытеснения ораторского искусства литературным творчеством. Звукозрительный характер телевизионной коммуникации потребовал восстановить личные контакты аудитории с коммуникатором, чтобы составить суждение о нем и о ценности его сообщения. Этим объясняется привлекательность для аудитории телевизионной информации, персонифицированной ее автором, участником события. Беседуя с каждым зрителем в отдельности, коммуникатор с экрана либо становится хорошим другом телезрителя, лицом узнаваемым, интересным и желанным на экране, либо навсегда пропадает с поля зрения телезрителя, переключившего канал. Крупные телевизионные компании стараются презентовать как можно больше положительно воспринимаемых экранных образов своим каналом. Все разновидности жанров подачи материала на телевидении – интервью, репортаж, комментарий и др. – обладают важной особенностью: их содержание, тема, идея выражаются непосредственно авторами и героями событий, живыми людьми со всей совокупностью их личностных характеристик. Зритель верит обаятельному, грамотному, осведомленному по своей тематике коммуникатору, непременно обладающему чувством юмора и приятной наружностью. Человек с экрана невольно идеализируется телезрителем. Его слова воспринимаются с известной степенью доверия, его мнение интересно зрителю и, зачастую, становится мнением самого телезрителя. Использование столь мощного средства воздействия налагает большую ответственность, так как средства массовой информации могут осуществлять как объединяющую функцию, так и вносить смуту и непонимание. Во многих государствах средства массовой информации используются для выражения ценностей и взглядов господствующей группы общества. Такая стратегия представляется им наиболее устойчивой. Она позволяет удерживать остальные группы в положении потребителей, заглушать их требования и игнорировать голоса. Однако экономически и политически развитые страны отдают предпочтение стратегии ослабления этнической напряженности и примирения этнических противоречий [9]. **Цель.** Перед средствами массовой информации встает ряд проблем и вопросов по осуществлению подачи материала в данном полилингвокультурном социуме. Как освещать конфликты, возникающие при столкновениях тех или иных этносов, проживающих на одной территории? С какой позиции подавать новости этнического значения? На каких языках подавать информацию и какое время ей посвящать? Эти и многие другие вопросы стоят перед представителями прессы на полиэтнических территориях, таких как Крымский полуостров.

Конституцией Автономной республики Крым в качестве государственного признается украинский язык, обеспечивается защита других языков (русского, крымскотатарского). В связи с этим на телеканалах и радиостанциях выделяется время выхода передач на трех языках (украинском, русском, крымскотатарском), дабы удовлетворить потребности в получении информации на родном языке представителей преобладающих по численности этнических групп. Так, в сетке часов государственной Крымской телерадиокомпании примерно в равных пропорциях присутствуют передачи на украинском, русском и крымскотатарском языках. А в последнее время в сетке вещания появились передачи на греческом и армянском языках.

Крымская пресса также старается выполнять условия толерантного сосуществования. Газеты и журналы подают материал в основном на украинском и русском языках. Наряду с ними, существуют специальные издания на языках малых этнических групп. Так, у представителей армянской группы есть своя газета «Голубь масиса», газета «Крымский дом» включает в себя сборник статей, отражающих взгляды и чаяния различных этносов на разных языках, а детский журнал «Крымуша», содержащий материалы на языках различных этносов, призван с детства прививать юным крымчанам любовь и уважение к истории родного края.

Справка: По состоянию на 1 июня 2002 года Республиканским комитетом по информации Автономной Республики Крым зарегистрировано 806 печатных периодических изданий со сферой распространения в автономии. Реально выходит 684 издания – регистрация 122-х упразднена или они перерегистрированы.

Об этом идет речь в материалах к заседанию выездной коллегии Государственного комитета информационной политики, телевидения и радиовещания (20 июня 2002 года), которые предоставила ForUм'у пресс-служба Совета Министров АР Крым.

Положительной тенденцией в материалах назван рост количества партийных газет, изданий общественно-политических организаций, детских и молодежных изданий, которые распространяются бесплатно. В частности, число газет и журналов для детей выросло за 1998-2001 годы в 2 раза, а благотворительных – в 2,5 раза. Постоянно увеличивается количество изданий на крымскотатарском языке, сегодня их уже 15.

В то же время на украинском языке выходят только 5 печатных изданий. Наибольший тираж имеет общегосударственная газета «Кримська світлиця» – до 3 тыс. экземпляров.

Одним из ведущих информационных языков на полуострове остается русский, на котором, согласно справке Совета Министров АРК, издаются 223 периодических издания.

Литература:

1. Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания. – Л., 1968.
2. Багиров Э., Карцев И. Телевидение – 20 век. – М., 1968.
3. Богданович Г. Ю. Русский язык в аспекте проблем лингвокультурологии. – Симферополь, 2003.
4. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. – М., 1982.
5. Бодалев А.А. Личность и общение. – М., 1983.
6. Горлач М. Е. Средства массовой информации и проблемы индивидуального массового сознания в контексте современных массовых коммуникаций // Развитие средств массовой коммуникации и проблемы культуры. Мат-лы 2-ой междунар. Научн. Конф. М., 2001.
7. Межъязыковая коммуникация. – Свердловск, 2003.
8. Дональд Р. Браун. Телерадиоменьшинства – М., 1994.
9. Егоров В. Телевидение между прошлым и будущим. – М., 1999.
10. Руднев В.П. Словарь культуры 20 века. – М., 1997.
11. Телевизионная журналистика: Учебник. – 3-е издание, переработанное и дополненное / Кузнецов Г., Цвик В., Юровский А. – М., 2002.

Поступила 23.02.2004 г.