

УДК 811.161

**Средства массовой информации  
как механизм формирования межэтнической коммуникации**

**Хоменко А.В.**

*Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского,  
г. Симферополь, Украина*

*Информационные связи – основной источник социально-культурного прогресса. В широком спектре современной проблематики межкультурной коммуникации все более значительное место занимают вопросы о роли и месте СМИ в диалоге культур. Система массовой коммуникации становится доминирующим фактором современной поликультуры, полиязыкового пространства.*

**Ключевые слова:** коммуникация, средства массовой информации, поликультура, лингвистика.

Воздействие на общественное мнение – одна из ведущих функций СМИ. Вопреки своей обязанности отражать общественное мнение, СМИ создают его. Большая часть населения не имеет представления о сути и способах манипулирования общественным мнением, вследствие чего общество поддается межэтническим раздорам. Масс-медиа формируют картину мира современного человека, поэтому в контексте их деятельности диалог культур предстает как процесс "взаимовоздействия" различных картин мира, воплощенных в текстах СМИ. Медиа-тексты, которые сообщают о реалиях других социо-культурных общностей или непосредственно адресованы аудитории иностранных государств, играют самую активную роль в межкультурном диалоге как в плане широты охвата аудитории, так и по силе коммуникативного воздействия.

С этих позиций участие СМИ в межкультурной коммуникации предстает как актуальная научная и социальная проблема. Ее разработка, в свою очередь, выводит исследователя на проблемы понимания, интерпретации смыслов, коммуникативного воздействия и пр. Комплексное изучение роли СМИ в современной межкультурной коммуникации предполагает выработку определенных методологических подходов с апробацией их на эмпирическом материале.

*Актуальность работы:* Вопрос об адекватности понимания и эффективности межкультурного взаимодействия от особенностей канала-посредника в виде печатных изданий на сегодня практически не изучен, как и выявление механизмов враждебности.

*Цель работы:* выявление языка вражды в СМИ.

*Задачи:*

- проанализировать явление языка вражды как процесса разжигания межэтнического конфликта;
- определить, какие манипулятивные технологии применяются в СМИ, и рассмотреть механизмы их действия;
- Пути предотвращения манипулирования обществом с помощью СМИ.

*Объект исследования:* печатные издания СМИ;

*Предмет исследования:* лингвистическая составляющая газетных материалов.

Формирование межкультурной коммуникативной компетенции - это не просто расширение языковой коммуникативной компетенции как таковой, а принципиальное построение ее на экстралингвистической основе. Это значит, что человек должен строить свое общение с другими людьми, выходцами из других культур, исходя из знания специфики этих культур. Цель такого подхода к формированию коммуникативной компетенции состоит в предотвращении возможных недоразумений, дискриминации и возникновения культурных стереотипов.

Поликультурный профессионал СМИ должен развить в себе способность ставить себя на место представителя другой культуры и тем самым разделять и понимать его отношение к миру. Специалист в области средств массовой информации не может позволить себе коммуникативного разрыва в общении с носителями разных культур, он обязан подавлять в себе неспособность встать на точку зрения другой культуры. Для этого необходима серьезная подготовка – глубокий сравнительный анализ жизненных взглядов, базовых убеждений, основных культурных установок различных национальностей.

**Межэтнический конфликт** — конфликт между представителями этнических общин, обычно проживающих в непосредственной близости в каком-либо государстве. Так как «национальность» в русском языке обычно означает то же, что и «этническая принадлежность», то его иногда называют межнациональным конфликтом.

К подобным ситуациям приводит **язык вражды**, занимающий далеко не последнюю роль в разжигании этноконфликтов. Под данным термином мы будем понимать как любые некорректные высказывания в адрес этнических и конфессиональных групп или их представителей, слова и выражения, которые подсознательно или явно программируют человека на агрессию, в том числе на агрессию по отношению к людям иной национальности и вероисповедания. **Язык вражды** или **риторика ненависти** – обобщенное обозначение языковых средств выражения резко отрицательного отношения «оппонентов» — носителей иной системы религиозных, национальных, культурных или же более специфических, субкультурных ценностей.

В большинстве случаев журналисты используют «язык вражды» не вкладывая в него намеренно того смысла, который, как получается в итоге, несет текст. Одним из объектов враждебной риторики журналистов является этническая принадлежность. Выделяются следующие ошибки, допускаемые авторами публикаций: журналистская небрежность, некорректный заголовок, смещение социальной проблематики и этнической риторики.

Коммуникация посредством СМИ является, как известно, одним из видов *массовой коммуникации*. Конечным отправителем текста СМИ является отдельный автор, который, однако, выступает от имени определенной социальной группы, озвучивая ее позицию и реализуя ее интенции. "Массовый" же получатель текста не имеет непосредственного выхода в процесс коммуникации, его коммуникативные действия ограничены восприятием и когнитивной переработкой предлагаемого сообщения. Таким образом, медиа-текст становится своего рода "вербальным посредником" на пути от адресанта к адресату, а также между событиями действительности и когнитивной картиной мира реципиента.

Манипулятивный арсенал СМИ: преднамеренное искажение реального положения вещей путем замалчивания одних фактов и выпячивания других, публикации ложных сообщений, пробуждение у аудитории негативных эмоций с помощью визуальных средств или словесных образов и т. д. Все эти приемы направлены на создание определенного эмоционального настроения и психологических установок у аудитории.

Главной целью собственников СМИ является изменение ценностей, восприятия действительности и интерпретации событий, а вследствие этого и поведения обще-

ства в выгодном для них направлении. Проблема состоит в том, что большая часть населения не имеет представления о сути и способах манипулирования общественным мнением, вследствие чего легко поддается воздействию.

*Вывод.* СМИ воздействуют на процесс формирования общественного мнения по наиболее важным и актуальным проблемам, в особенности политическим. СМИ выполняют задачу не только информирования общества, но и внедрения норм и установок господствующей политической идеологии. СМИ могут быть использованы для политического манипулирования - скрытого управления политическим сознанием и поведением людей с целью принуждения их действовать вопреки собственным интересам.

#### Список литературы

1. Баширов С. СМИ как механизм совершенствования национальных отношений. // Диссертация кандидата политических наук. М., 2004 г. – 50 с.
2. Богданович О.И. Мониторинг и его роль в описании поликультурной ситуации / О.И. Богданович // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – 2008. - № 3. – С. 12-17
3. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. – 33 с.
4. Качалкин А.Н. Роль СМИ в межнациональном общении. Менталитет и речевой этикет нации / А.Н. Качалкин // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие. / Отв. ред. М.Н. Володина. М., 2003. – 225 с.
5. Козлова Т.В. Лексические инновации современного русского языка СМИ в национально-культурном контексте / Т.В. Козлова // Русский язык: исторические судьбы и современность. II Международный конгресс исследователей русского языка: Труды и материалы / Сост. М.Л. Ремнева, О.В. Дедова, А.А. Поликарпов. М., 2004. – С. 433.
6. Комова Т.А. Концепты языка и культуры в контексте СМИ / Т.А. Козлова // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования, 2003. – С. 236.
7. Сапожников Р. Правовые механизмы противодействия разжиганию национальной вражды с использованием средств массовой информации / Р. Сапожников. – М.: центр «Панорама», 2002. – С. 145.
8. Светлов В. А. Управление конфликтом / В.А. Светлов. – СПб.: Росток, 2003. – 124 с.
9. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово, 2000. – 624 с.

*Хоменко А. В. Засоби масової інформації як механізм формування міжетнічної комунікації // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». Т.26 (65). № 3 – С.53-55*

*Інформаційні зв'язки - основне джерело соціально-культурного прогресу. В широкому спектрі сучасної проблематики міжкультурної комунікації все більше значне місце займають питання про роль і місце ЗМІ у діалозі культур. Система масової комунікації стає домінуючим фактором сучасної полікультури, полімовного простору.*

**Ключові слова:** комунікація, засоби масової інформації, полікультура, лінгвістика.

*Khomenko A. Media as a mechanism of formation of interethnic communication // Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2013. – Vol. 26 (65). No 1 – P.53-55*

*Information is the main source of social and cultural progress. In a wide range of modern problems of intercultural communication increasingly significant place is occupied with questions about the role and place of media in the dialogue of cultures. The system of mass communication becomes a dominant factor in today's established.*

**Keywords:** communication, media, polyculture, linguistics.

*Поступила в редакцію 02.09.2013 г.*