

К ВОПРОСУ О ВОЗМОЖНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАДИСКУРСА РОССИИ И КИТАЯ

THE POSSIBILITY OF THE FORMATION OF INTERCULTURAL DISCOURSE OF RUSSIA AND CHINA

*V. Barabash
Shao Dewan*

Annotation

The article is devoted to peculiarities of formation of intercultural discourse in contemporary Sino-Russian information space. Analyzing theoretical sources and examining the media discourse from the point of view of intercultural communication, the author comes to the conclusion that it is the media discourse in because of its specificity and particular conditions of operation has great potential for intercultural rapprochement of Russia and China and develop their contacts.

Keywords: media-discourse, mass media, intercultural communication, Russia, China.

Барабаш Виктор Владимирович

*Д.филол.н., профессор,
ФГАОУ ВО "Российский университет
дружбы народов", РУДН, г. Москва*

Шяо Дэвань

*Аспирант,
ФГАОУ ВО "Российский университет
дружбы народов", РУДН, г. Москва*

Аннотация

Статья посвящена особенностям формирования межкультурного медиадискурса в современном российско-китайском информационном пространстве. Анализируя теоретические источники и рассматривая медиадискурс с точки зрения межкультурной коммуникации, автор приходит к выводу о том, что именно медиадискурс в силу своей специфики и особых условий функционирования обладает большим потенциалом для межкультурного сближения России и Китая и развития их контактов.

Ключевые слова:

Медиадискурс, массмедиа, межкультурная коммуникация, Россия, Китай.

Качественно новые тенденции в развитии новых информационных технологий в области коммуникации и в России и в Китае привели к глобализации информационного пространства, которая определила новые возможности для сближения принципов распространения информационных потоков и функционирования средств массовой информации и коммуникации. В свою очередь расширение и ускорение информационно-коммуникативного взаимодействия всегда сопровождается интенсификацией социокультурных процессов, аккумулятором которых становятся средства массовой информации, все более активно влияющие на деятельность общества, стабильность общественно значимых ценностей и мотивацию общественного поведения.

По мнению М.В. Гречихина, "Медийное слово по своей природе обладает повышенной воздействующей силой, однако способ этого воздействия, фиксируемый в языке, зависит от особенностей культуры"[3]. Действительно, так же, как и другие формы коммуникации, массовая коммуникация, ведущую роль в которой играют средства массовой информации, не только опирается на особенности национальной культуры, но и сами являются частью этой культуры. В условиях сближения информационных пространств массовая коммуникация не может быть стабильной вне опоры на базовые основы культуры того общества, в котором она реализуется. Это одинаково

важно значимая аксиома как для России, так и для Китая – стран с традиционно сильной культурой, оказывающей жизнерегулирующее воздействие на современное общество. Любая коммуникация, в том числе и массовая, априори становится опосредованной культурными особенностями аудитории, к которой принадлежит журналист и которая должна воспринять и освоить его тексты.

В российской научной литературе культура чаще всего рассматривается как "исторически определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, в их взаимоотношениях, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях" [1]. Культура как основа жизнедеятельности общества способствует формированию определенной картины мира вещей, символов, а также связей и отношений между людьми. В различных странах при объективной специфике условий развития оформляются культурные особенности этноса, народа как исторически обусловленных форм существования определенной человеческой общности. В свою очередь каждая национальная культура вырабатывает свои принципы коммуникации, поведенческие и ценностные ориентиры, в которых отражается национальная самобытность. Это, естественно, распространяется и на журналистику, которая создает свой информационный продукт в определенной

культурообусловленной коммуникативной ситуации. В условиях международного взаимодействия, которое все более расширяется, возникает ситуация межкультурных отношений, обретающих характер либо конфликтного, либо мирного сосуществования на основе эмпатии и понимания культурного своеобразия соседей.

Понятие культура имеет десятки значений, среди которых выделяются такие, как совокупность устойчивых форм человеческой деятельности, без которых он не может существовать, совокупность всех духовных, художественных, творческих достижений общества, выражение высокого уровня человеческого развития, совокупность созданных в определенном обществе в определенную эпоху характерных духовных, художественных, творческих достижений, воспитанность. Сходство всех предлагаемых трактовок состоит в том, что культура может рассматриваться как общая, универсальная для общества (этноса, нации) система ценностных ориентаций, стереотипов сознания и поведения, форм общения и организации совместной деятельности людей, которые передаются от поколения к поколению. Она оказывает влияние на восприятие, мышление, поведение всех членов общества и определяет их принадлежность к данному обществу. Такое понимание культуры является и наиболее функциональным с точки зрения рассматриваемой темы – межкультурного массмедиадискурса. Язык является составной частью культуры и ее орудием, реальным проявлением духовности, лицом культуры и выражает специфические черты национальной ментальности.

Каждый народ представляет собой отдельный этнос, то есть самостоятельную форму этнических общностей: люди объединяются в этносы естественным путем на основе общности исторической судьбы, общих традиций, особенностей быта и т.д. Так, естественно, происходит, в том числе, и в России, и в Китае. Каждая культура, безусловно, воплощает в себе специфический опыт общенационально-политической и социально-культурной практики какого-либо конкретно-исторического сообщества. Именно этот опыт определяет своеобразие каждой культуры, придает ей неповторимые черты. При всем понимании важности сохранения самобытных культур сегодня остро стоит вопрос формирования общих тенденций дальнейшего развития. Известно, что самыми важными объединяющими факторами являются общность территории и языка. Сегодня таким объединяющим фактором могут стать СМИ, которые должны говорить на языке, по возможности понятном представителям разных культур.

В большинстве стран накоплен большой опыт выстраивания межнациональных и межкультурных отношений внутри государства. К таким странам относятся и Россия, и Китай как государства не только многовековой истории, но и многонационального уклада, где внутри страны сосуществует множество местных культур.

В то же время в современном мире большую роль в формировании эмпатии в отношении других культур играют средства массовой информации. Россия и Китай – страны, в которых СМИ выполняют в этом смысле не

только информирующую, разъясняющую и воздействующую, но и объединяющую функции. Такая схожесть по ряду позиций способствует тому, что именно между Россией и Китаем возникает возможность формирования межкультурного медиадискурса, который призван способствовать не только развитию толерантности в принятии инокультурных особенностей, но и повышению уровня понимания в международных контактах.

Интерпретация смыслов и значений иной культуры всегда опирается на стандарты и нормы родной культуры, через призму которых массовая аудитория осмысливает и трактует инокультурные явления. В то же время современные условия развития мирового сообщества заставляют искать пути взаимодействия, а для этого – возможности сближения в понимании и преодоления разницы в осмыслении событий и их освещении в СМИ России и Китая.

Понятие "межкультурная коммуникация" впервые было сформулировано Г. Трейгером и Э. Холлом, которые подчеркивали, что по своей сущности межкультурная коммуникация – это всегда коммуникация межличностная, в специальном контексте, когда один участник обнаруживает культурное отличие другого [8].

Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров смещают фокус специфики на "адекватное взаимопонимание между двумя участниками коммуникативного акта, принадлежащими к разным национальным культурам" [2, с. 26]. Однако сегодня под воздействием усиления влияния СМИ на общественно-политическую жизнь вопрос межкультурной коммуникации захватывает всю массовую аудиторию. Как в Китае, так и в России СМИ организуют "повестку дня", направляют информационные потоки и интерпретируют события сообразно своим представлениям и установкам.

Функция СМИ как системы, обеспечивающей стабильное развитие информационного пространства, распространяется сегодня и на сферу международных коммуникаций и состоит в том, чтобы активный и конструктивный диалог между СМИ и массовой аудиторией был эффективен для всех социальных слоев России и Китая с учетом их этнокультурных особенностей. Так, диалог смещается в сторону полилога внутри мультикультурного пространства, в котором СМИ облекаются ведущей ролью в качестве организатора.

Создание глобального сетевого пространства, которое стало в настоящее время самой быстроразвивающейся системой коммуникации, способствовало тому, что масштабы распространения российских и китайских СМИ увеличились в несколько раз, а их пользователи находятся в различных странах мира. Исключительная роль СМИ в формировании политической ситуации, общественного мнения и некоторые другие факторы характерны как для Китая, так и для России. Понимание обостряющегося взаимовлияния различных культур, а также необходимости учета их специфики для эффективного, оперативного и адекватного распространения и получения информации требует направить научный поиск в сто-

рону выявления схождений в реализации национальных массмедиадискурсов в России и Китае.

В последние годы средства массовой информации часто именуется "четвёртой властью", а иногда даже "первой властью", так как "влияние СМИ на умы, речевые вкусы и предпочтения миллионов людей значительно, во всяком случае – не меньше, чем у семьи, школы и других общественных институтов" [5, с. 96]. В жизни современного общества России и Китая массмедиа, действительно, формируют общественное сознание и манипулируют им, особенно в условиях межкультурного диалога. И российский, и китайский массмедиадискурсы как социально и культурно маркированные ситуации реализации общественно значимых речевых высказываний, ориентированных на массовую аудиторию, в условиях опосредованного массмедиа широкого публичного диалога не только отражают особенности массового сознания, но и организуют его. Если ранее нормы словоупотребления определялись классической литературой, то сейчас эта роль принадлежит СМИ, в частности, наиболее близкому к разговорной речи публицистическому жанру. Язык средств массовой информации, который реализуется в массмедиадискурсе становится образцом грамотной литературной речи и формирует языковое сознание массовой аудитории.

В наиболее широком смысле под медиадискурсом понимаются "все процессы и продукты речевой деятельности в сфере массовой коммуникации, взятые во всей полноте и сложности" [4, с. 21]. За последнее время к проблемам дискурса обращались как российские (Е.С.Кубрякова, В.Е. Чернявская, Н.И. Формановская, И.В.Карасик, А.Д. Самойлова и др.), так и зарубежные ученые (Р. Водак, Н. Фэрклау, Д. Шифрин, М. Стаббс, Т.ван Дейк и др.). Для нашего исследования наиболее корректной становится формулировка Г.Н. Манаенко: "общепринятый тип речевого поведения субъекта (субъектов) в сфере массмедиа, детерминированный социально-историческими условиями, а также утвердившиеся стереотипами организации и интерпретации текс-

тов как компонентов, составляющих и отображающих его специфику" [6, с. 40]. Именно стереотипность и одинаковые основные функции журналистских публикаций позволяют определить схождения между языком и стилем русскоязычных и китайскоязычных СМИ. Данные схождения определяют выявление подобных языковых единиц и стилистических приемов и дают основания допускать, что в различных культурах медиадискурс может быть реализован схожими способами и средствами, а, следовательно, можно говорить о формировании единого межкультурного медиадискурса в таких не схожих культурно-странах, как Россия и Китай.

Для реализации межкультурного массмедиадискурса необходимо соблюдение нескольких условий: групповая соотнесенность (адресанты должны разделять взгляды и ценностные ориентиры своей группы); публичность (открытость, ориентированность на массового адресата); массовая направленность (целенаправленное воздействие на несколько групп одновременно). В настоящее время, в условиях расширения контактов Китая и России, данные признаки становятся важными требованиями для обеспечения успешного взаимодействия этих государств. уже стал в значительной мере политизирован.

Россия и Китай – две страны, имеющие древние культуры, самобытные, богатые и во многом определяющие их современное развитие. Каждая из них имеет сложившийся массмедиадискурс, который основательно опирается на культурное своеобразие. В то же время, будучи очень гибкой и проницаемой системой, именно массмедиадискурс может наиболее чутко реагировать на возникающие общественно-политические изменения, демонстрируя не только культурные различия, но и возможности унификации. Поэтому в современных условиях всеобщей глобализации, расширения и интенсификации контактов между Россией и Китаем, а также под влиянием новых информационных технологий возможно формирование российско-китайского межкультурного массмедиадискурса, который обеспечит эффективное информационное взаимодействие этих двух стран и народов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс]: URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/171278> (дата обращения: 29.04.2015)
2. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура – М.: Русский язык, 1990. – 246 с.
3. Гречихин А. В. Современный русский медиадискурс: язык интолерантности // автореф. ... канд. филол.н. – Белгород, 2008 [Электронный ресурс]: URL: <http://cheloveknauka.com/sovremennyy-russkiy-mediadiskurs-yazyk-intolerantnosti> (дата обращения: 28.04.2015)
4. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета серия 10 "Журналистика", 2006. №2. – С. 20–33.
5. Киямова Л. У. Влияние СМИ на развитие мировоззрения молодежи // Актуальные проблемы филологии: материалы междунар. науч. конф. (г. Пермь, октябрь 2012 г.). – Пермь: Меркурий, 2012. – С. 96–97
6. Манаенко Г. Н. Сообщение: значения "мира текста" и смыслы "мира дискурса" // Вестник ТвГУ. Серия "Филология" – 2011, вып.1. – с. 38–42.
7. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Изд-во МГУ, 2004. – 352 с.
8. Трейгер Г., Холл Э. Культура и коммуникация: модель анализа // "Culture as Communication" ("Культура и коммуникация. Модель анализа", 1954 г.) [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: http://yanko.lib.ru/books/cultur/leach-culture_communication.htm