

ЛАДА ОВЧИННИКОВА

Филиал ВУНЦ ВМФ «Военно-морская академия» в Калининграде

ИОАННА МАМПЕ

Гданьский университет

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В НОВОСТНЫХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛАХ СООБЩЕНИЙ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ)

Информационное поле как явление отличается амбивалентностью, чем и привлекает к себе внимание исследователей. С одной стороны, его содержание — актуальная, постоянно обновляющаяся информация, тяготеет к объективности, с другой стороны, оно неизбежно формирует некоторое целостное восприятие мира, эмоционально окрашенное и ценностно значимое. Как отмечают Татьяна Казарова и Людмила Хочунская, «вся информационная сфера так или иначе предполагает ценностный параметр»¹.

Целостность определенного восприятия мира, моделирующегося при постоянном воздействии информационного поля, обусловлена тенденцией к переходу от чистой мобильности, оперативности добычи информации, к ее постоянному анализу и творческой переработке с целью наиболее наглядного представления аудитории, не желающей иметь дело с большими массивами информации².

В первую очередь информационное поле, а следовательно, и связанное с ним определенное восприятие действительности, формируется в результате работы информационных агентств,

¹ Т.В. Казанова, Л.В. Хочунская, *Средства массовой информации в условиях ценностного хаоса*, «Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика» 2014, №1, с. 77.

² С.И. Симакова, *Дата-журналистика как медиатренд*, «Вестник ННГУ» 2014, № 2–2, с. 481.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА...

являющихся основным звеном любой национальной медиасистемы.

ТАСС и РИА-Новости — наиболее авторитетные в России и за рубежом информационные агентства. Именно они создают для огромной аудитории единую картину мира, являясь источником информации для большинства СМИ.

При этом необходимо подчеркнуть, что, являясь первоисточником новостной ленты широкого тематического спектра, информационные агентства стремятся к максимальной достоверности, объективности и подверженности данным.

Этот факт значительно отличает их от различных СМИ, особенно Интернет-СМИ, которые зачастую искажают информацию или даже порождают информационные симулякры, практически не имеющие точек пересечения с реальностью (постановочные ролики, фотографические коллажи, необоснованные выводы и т.д.).

Выделим ключевые моменты в самопрезентации названных агентств.

Бренд РИА Новости медиагруппы «Россия сегодня» ориентирован на русскоязычную аудиторию. РИА Новости вещает через сайт ria.ru, являющийся лидером Рунета среди информационных онлайн-ресурсов, через социальные сети и мобильное приложение, бренд также представлен линейкой информационных лент для редакций СМИ.

МИА «Россия сегодня» лидирует по цитируемости **среди российских СМИ** и наращивает цитируемость своих брендов **за рубежом**. Агентство также занимает лидирующее положение по цитируемости **в российских социальных сетях и блогосфере**.

Флагманский сайт медиагруппы «Россия сегодня» РИА-Новости выиграл премию сервиса редакционной аналитики «Медиатор» Mail.Ru Group в номинации **«Самые вовлекающие медиа»** среди федеральных новостных СМИ по итогам 2017 г.³

Таким образом, ключевым концептом агентства является создание взаимосвязей с опорой на предоставление информации, имеются в виду взаимосвязи России и других стран, государства и граждан, федеральных каналов и блогосферы.

Информационное агентство ТАСС также отличается высокой цитируемостью, сильнейшим воздействием на информаци-

³ www.ria.ru (27.04.2018).

онное поле в России и за рубежом. Самопрезентация агентства на собственном сайте отличается особой последовательностью и тщательной разработкой.

Идея бренда «ТАСС»: Мы – **достоверный** источник поставляемой информации. Мы предоставляем человеку возможность сформировать свое знание по тому или иному предмету на основе **исчерпывающей** информации о происходящем.

Видение бренда «ТАСС»: Мы **помогаем максимально широкому кругу лиц** в России и за рубежом получать **оперативную, достоверную и структурированную** информацию, чтобы формировать на ее основе **подлинные знания** о происходящем.

Миссия бренда «ТАСС»: ТАСС, **соединяя** современную технологическую базу и профессиональную экспертизу, является важной частью **глобальной** информационной системы. ТАСС – **собиратель, интегратор, хранитель и распространитель** информации. Мы работаем ради единственной цели – создания **целостной и достоверной** картины происходящего в России и вокруг нее, формирование **единого** информационного поля русскоязычного мира⁴.

С очевидностью выделяются такие ключевые концепты самопрезентации бренда, как **взаимосвязанность, целостность, достоверность, масштабность**.

Выделенные ценности, декларируемые в самоописании агентств ТАСС и РИА-Новости, согласуются с дефиницией слова **позитивный** в аспекте формирования позитивной картины мира, или позитивного восприятия окружающего мира:

Позитивный

1. основанный на фактах, на опыте (устар.)
2. то же, что положительный, заслуживающий одобрения, полезный и существенный.
3. обладающий хорошими, полезными чертами, качествами⁵.

Позитивный = положительный

Обладающий нужными свойствами, качествами, заслуживающий одобрения, оправдывающий ожидания⁶.

Таким образом, информационные агентства своей целью видят создание такой картины мира, содержательные элементы

⁴ www.tass.ru (15.04.2018).

⁵ С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова, *80000 слов и фразеологических выражений*, Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова, 4-е изд., дополненное, Азбуковник, Москва 1999, с. 548.

⁶ А.П. Евгеньева (ред.), *Словарь русского языка: В 4-х т.*, РАН, Ин-т лингвистических исследований, 4-е изд., стер., Рус. Яз., Полиграфресурсы, Москва 1999, т. 3, П–Р, с. 239.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА...

которой отвечают требованиям точности, актуальности, взаимосвязанности, интегративности, масштабности. Соответственно, и сама информационная картина мира должна обладать перечисленными качествами, в таком случае ее можно определить как позитивную.

Рассмотрим конкретные примеры реализации декларируемых информационными агентствами качеств содержательной стороны их продукта, т.е. новостных сообщений.

Для анализа были отобраны новостные сообщения различных тематических категорий (внутренняя и внешняя политика, происшествия, культура, наука и техника, животные, интересные личности и т.д.) с 2009 г. по настоящее время.

Информационные агентства, в отличие от многих пользующихся их услугами СМИ, «считают обеспечение точности, достоверности новостей важнейшей задачей»⁷. Достоверность, точность, объективность формируемой картины мира выражается в особом внимании к деталям и числовым показателям. Практически каждое новостное сообщение обязательно содержит количественную информацию, часто подчеркивающую значимость события.

- На автосалоне Auto China в Пекине представили **более сотни** мировых премьер.
- Ожидается, что на выставке представят **более 150** воздушных судов.
- «Легенды футбола России» и «Легенды футбола Сочи» сыграли на вылете **2054 метров** над уровнем моря.
- Первая игра на стадионе «Калининград», построенном к чемпионату мира, собрала **15 тысяч зрителей**.
- На выставке представлено более **80 экспонатов**.
- Пожаром охвачены больше **80 тысяч** гектаров.

Достоверность формируемой картины мира также может передаваться через ссылку на авторитетный источник или указание на актуальность информации.

- **По словам генерал-полковника Сергея Рудского**, ракеты уничтожены в пяти районах перехвата.
- **По предварительным данным**, в ходе учений МЧС было эвакуировано порядка 10 тысяч человек.

⁷ Г.В. Вирен, *Информационные агентства и информационные сайты Интернета: сравнительный анализ и перспективные тенденции*, «Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика» 2009, № 3, с. 74.

- По **последним данным**, преступники задержаны.
- По **сообщению пресс-службы**, составлен фоторобот подозреваемого.

Для привлечения внимания к передаваемой информации в новостные сообщения регулярно включают указание на уникальность определенного факта. В связи с этим частотны лексемы *первый, самый, единственный, уникальный* и т.п.

- В Японии создали **первого** робота-трансформера, который превращается в автомобиль меньше, чем за минуту.
- В Анталье проходит **первый в истории** Турции Международный авиасалон.
- В Саудовской Аравии **впервые за 35 лет** открылся кинотеатр.
- Центробанк **впервые** показал, как уничтожают фальшивые деньги.
- К главному православному празднику в Ростове-на-Дону приготовили **самое большое** праздничное угощение.
- Спецназ **впервые** использовал броневики Тайфун.
- На выставке представлены **уникальные** экспонаты.
- **Самый символический** способ раздавать интернет нашли в Польше.
- В Китае придумали **оригинальный** способ отучить людей переходить дорогу на красный свет.

Уникальность сообщаемых фактов часто связана с какими-либо достижениями (роботами, автомобилями, культурными событиями), красотой наблюдаемых или создаваемых объектов, явлений.

- МиГ-31 совершили 50 дозаправок в воздухе над **красивейшими дальневосточными пейзажами**.
- Смотрите в нашем видео **яркие салюты** и полёт ВВС в честь праздника в Израиле.
- Музей космонавтики и Московский государственный академический детский музыкальный театр сделали ремейк на танец из фильма «Москва в нотах» 1969 года. Получилось **очень красиво!**
- «Каннская ветвь» получила отполированную до блеска «подушку» из ограненного горного хрусталя. **Невероятная красота.**
- Теперь соседи могут **полюбоваться** творением художника в собственном подъезде.

Интегративность картины мира, формируемой информационными агентствами посредством новостных сообщений, выражается в регулярно акцентированных взаимосвязях ключевых компонентах отображаемой действительности.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА...

Взаимосвязи	в пространстве
	во времени
	между субъектами

Взаимосвязи в пространстве реализуются двумя способами. Во-первых, это расширение пространства, указание на бескрайность мира. Во-вторых, это указание на информационную соединенность географически удаленных точек, наличие как очевидных, так и неочевидных отношений между ними: сходств, аналогий, причинно-следственных связей и т.д.

— В **Московском Кремле** проходит выставка «**Династия Мин**: сияние учености».

— Медведь из **Колорадо** и домашняя кошка из **Караганды** вполне могли бы **подружиться**.

— В **Праге** открылась российская выставка о **Холокосте**. Среди экспонатов – более 80 фотодокументов из **России, Израиля, Германии и других стран**.

— Смотрите в нашем видео, как благодаря художнику в панельном доме **Ростова-на-Дону** появился кусочек **Венеции**.

— Самое большое **озеро Байкал** — идеальное место для спортсменов из **многих стран**.

— В том числе в соревнованиях приняли участие дети **из 26 стран**.

— **Мировая** премьера **российского** фильма «Собибор» прошла в **Варшаве**.

Как видно из приведенных примеров, реализация взаимосвязей между различными точками в пространстве часто наблюдается в новостных сообщениях, посвященных спортивным, культурным, научным событиям. Таким образом, единство формируемой картины мира вытекает из единства временного и субъектного.

Временное единство, регулярно акцентируемое в новостных сообщениях ТАСС и РИА-Новости, очевидным образом связано с такими информационными темами, как история, память.

— Старинный паровоз проехал по всему региону в честь **75 годовщины** освобождения Ростова-на-Дону от немецких захватчиков.

— В Вашингтоне отметили **73 годовщину** встречи на Эльбе. На Арлингтонском кладбище возложили венки **к памятной плите** — символу «Духа Эльбы».

— До 9 мая во всех регионах РФ можно будет получить **символ памяти** вместе с инструкцией, как его правильно носить.

— С заходом солнца в среду израильтяне начали отмечать День независимости и **70-ю годовщину** образования еврейского государства. Торжества будут продолжаться 70 часов.

— Жители Москвы несут цветы на Манежную площадь в **память жертв** пожара в Кемерово.

— 2 июня 1941 года два советских летчика погибли возле города Бяла-Подляска в сбитом нацистами самолете. Поляки в этом месте установили **памятник, увековечивающий** героическую смерть этих людей.

— Таким образом, памятник будет сохранен в качестве **свидетельства** этих трагических **событий** и послужит новым поколениям в **изучении истории** своей страны и народа.

Единство времени, важность сохранения исторических свидетельств, исторической памятью напрямую декларируется информационным агентством ТАСС на его официальном сайте.

Уникальный информационно-справочный фонд ТАСС, основанный в **1918 году**, содержит более 7 миллионов документов и позволяет сопроводить любую новость **актуальными историческими фактами** в течение нескольких секунд⁸.

Также в приведенных примерах мы видели, что исторические взаимосвязи событий реализуются не сами по себе, а через усилия конкретных неравнодушных людей, сохраняющих и актуализирующих эти связи.

В качестве яркого примера такой личности можно привести гражданина Польши Ежи Тыца.

В Российском военно-историческом обществе (РВИО) состоялась встреча с Ежи Тыцем, который прибыл с визитом в Москву. Объединение «Курск» более четырех лет занимается **сохранением и восстановлением воинских захоронений и памятников в Польше**.

Ежи Тыц сообщил, что в «Курске» нет штатных сотрудников — под его началом **добровольно заботятся о памятниках** советским воинам **около 100 человек**, а бюджет его общественной организации, складывающийся из **добровольных пожертвований поляков и граждан других государств**, составил в 2017 году 12 тысяч евро.

В ходе беседы участники обсудили различные варианты сотрудничества между **Россией и Польшей**, посвященного сохранению **совместного** военно-мемориального **наследия**. Представители РВИО и польские активисты пришли к выводу, что такое сотрудничество необходимо строить, основываясь на **общей истории стран**. Речь зашла о создании в РФ памятника, посвященного **советско-польскому братству по оружию**⁹.

⁸ www.tass.ru (15.04.2018).

⁹ www.tass.ru (15.04.2018).

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА...

В приведенных контекстах акцентируются три важных концепта информационной картины мира: единство (истории, культуры, целей), память, активность (совместные усилия).

Тема активности субъектов, равнодушия, деятельности, направленной, на позитивные изменения в окружающем мире и сохранение его ценностей является одной из самых регулярных в новостных сообщениях информационных агентств. Через эту активность и проявляются взаимосвязи между людьми, их равнодушие к миру и друг другу.

— Али Турганбекову из Казахстана 9 лет, и он родился без ног. Но, несмотря на это, он **обожает** футбол и всю жизнь **мечтал встретиться** с Диего Марадоной. Смотрите в нашем видео на **исполнение его мечты**.

— Томас Дамбо из Мексики создал проект, который должен **привлечь внимание к проблеме** загрязнения окружающей среды.

— Оркестр Мариинского театр под управлением Валерия Гергиева **дал благотворительный концерт**, который стал данью **уважения жертвам пожара** в ТЦ «Зимняя вишня». Все собранные деньги пойдут на **помощь пострадавшим и семья погибших**.

— **Одна боль на всех**. В городах России и мира вспоминают жертв трагедии в Кемерово. Люди несут цветы, свечи и мягкие игрушки.

— Семейная пара, переживавшая, как и все, плохие времена, пишет любовные письма на заказ. Они **помогают людям** найти нужные слова.

— Лебедь упал на проезжую часть на мосту в Калининграде. Ради спасения птицы **полицейские перекрыли движение**, а **прохожие поймали лебедя одеялами**.

— «Курск» — это волонтеры: **русские, поляки, украинцы, белорусы**. Они в разном возрасте. Словом, это все **равнодушные люди**, которые **помогают по своей возможности**.

В данных примерах обращает на себя внимание регулярное упоминание следующих важных элементов информации: взаимопомощь, внимание к проблемам, сочувствие чужой боли, символические выражения соболезнований (цветы, свечи, игрушки). Также регулярно указание на профессиональную помощь, активную и успешную деятельность специалистов, которая направлена на предотвращение трагедий либо сокращение ее последствий.

— Как спасатели **борются с огнем** — в нашем видео.

— Следственный комитет **задержал** двух приезжих из Средней Азии по подозрению в терроризме.

— Женщина-военный пилот **предотвратила** падение Боинга над Пенсильванией.

— Обычно сапёры **обезвреживают** бомбы за несколько часов.

Интересно, что новостные сообщения, посвященные профессиональной деятельности, как правило, являются текстами официально-делового либо научного стилей речи.

— В Петербурге спустили на воду третий **стеклопластиковый тральщик** «Иван Антонов». **Корабли противоминной обороны проекта 12700** составляют основу **минно-тральных сил** всех флотов.

— Гвардейский ракетный крейсер «Варяг» **провел стрельбы** в Японском море, уничтожив морской щит, **имитирующий условный корабль** противника.

— Сценарий учений готовился **с учётом опыта** конфликта в Сирии.

— **Ракета-носитель** Falcon 9 вывела на орбиту аппарат, который будет искать **пригодные для жизни планеты** за пределами Солнечной системы.

— Корпус из **углеводного волокна** делает **конструкцию** прочнее и легче.

В приведенных примерах мы наблюдаем не только высокий процент терминов, но и синтаксические конструкции, характерные для официально-делового и научного стилей речи (например, **ЧТО** составляет основу **ЧЕГО**, **ЧТО** делает конструкцию **КАКОЙ**, **ЧТО** делать с учетом **ЧЕГО** и т.д.).

При этом в новостных лентах подобные приведенным сообщения находятся в едином макроконтексте с сообщениями разговорного стиля речи.

— **Если вам кажется**, что этот робот похож на Оптимуса Прайма, то вам не кажется.

— Осторожно, берегите **мимиметры**.

— Обеденный перерыв на заводе — **дело серьезное**.

— Бикини пригодны не только для того, чтобы **валяться** на пляже, но и для катания с гор.

Такой стилевой контраст является формой проявления соответствия формы и содержания, к которому стремятся информационные агентства, и одновременно создаёт впечатление разнообразия моделируемой картины мира.

Использование разговорного стиля речи при написании текста новостных сообщений позволяет корреспондентам информационных агентств обращаться также и к возможностям языковой игры. При этом сама непредсказуемость и разнообразность окружающей действительности репрезентируется особенно ярко.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА...

— Саудовским женщинам официально разрешили иметь **рельефный пресс под хиджабом**. В Саудовской Аравии открываются фитнес-центры для женщин, приступают к работе обученные фитнес-инструкторы.

— Посмотрите на **драконов в небе**. Они парят бок о бок с **коровками, собачками и даже персонажами «Губки Боба»**. В китайском Вейфане проходит международный фестиваль воздушных змеев.

— В Мексике **расцвели пластиковые цветы на пластиковых деревьях**. На первый взгляд он похож на футуристический лес из «Алисы в стране чудес». Смотрите в нашем видео, как выглядит «лес будущего» в представлении художника.

В приведенных примерах мы видим характерный для новостных сообщений прием языковой игры, когда происходит акцентирование фактических контрастов и разрушение шаблонов восприятия действительности. При этом в тексте содержится разъяснение, ключ к смоделированной в начале текста парадоксальной картине мира.

Такой прием встречается и в новостных сообщениях публицистического стиля речи. Рассмотрим наиболее показательный пример:

— **«Потепление» между Югом и Севером**. Лидеры КНДР и Южной Кореи встретились в **пограничном пункте** Пханмунджом и **провели переговоры**.

Благодаря продуманному построению текста происходит метафоризация метеорологических и географических терминов, осмысляющихся как термины одновременно геополитические.

Другое новостное сообщение, посвященное тому же информационному поводу (официальный визит главы Северной Кореи в Южную Корею), является характерным примером обращения к прецедентному тексту в целях большей выразительности.

— **12 разгневанных мужчин...** сопроводили Ким Чен Ына на обед. Охранники трусцой бежали за автомобилем лидера КНДР, который отправился пообедать с президентом Южной Кореи после первого раунда переговоров.

Явление итертекстуальности в новостном сообщении подчеркивает необычность освещаемого факта. Данный прием используется с достаточной регулярностью.

— «**Футбольные боги**». Месси, Марадона и другие именитые футболисты теперь украшают зал юношеской аргентинской команды. Картина выполнена в стиле фресок Сикстинской капеллы.

— А в Нью-Йоркском метро не помешал бы кто-нибудь вроде **Ноя с ковчегом**. Там начался потоп.

Подобные словоупотребления увеличивают эмоциональную нагрузку сообщения и привлекают к нему внимание аудитории. С той же целью используется прием риторического вопроса.

— **Что общего у балета и космоса?** Музей космонавтики и Московский государственный академический Детский музыкальный театр знают ответ.

— **Где производятся разгонные блоки, двигатели, топливо, скафандры и другие детали, необходимые для запуска ракеты?** География российской космической отрасли — в нашем видео.

— Ждуна знают все. Ну или почти все. **А вот кто такой Жрун** — смотрите в нашем видео.

Тем самым новостные агентства также подчеркивают свою информированность, выражают готовность удовлетворять поисковые запросы аудитории, а также уверенность в том, что предоставляемая информация априори вызывает интерес.

В самом деле, данные сообщения можно прочитать и так: Вам же интересно, **ГДЕ** производятся составляющие космических кораблей? Вам же, конечно, интересно, что общего у космоса и балета и кто такой Жрун?

Таким образом, окружающая действительность осмысливается как нечто многообразное и вызывающее эмоциональный отклик, интерес и любопытство.

Подобное настроение нагляднее всего моделируется в новостных сообщениях, посвященных необычному поведению животных, их нестандартному взаимодействию друг с другом и с человеком.

— Конкуренция зла — коза хочет победить козла. В Казани проходит **конкурс на звание** главного рогатого оракула Чемпионата мира по футболу. О ходе **жесткого противостояния** козы Розы и козла Бориса вы узнаете из нашего видео.

— Горилле Леди Фату исполнился 61 год. Несмотря на такой **солидный возраст**, она с удовольствием лакомится подаренным тортом и все так же **радуется жизни**.

— Во время сафари в Танзании дикий, но **любопытный** гепард забрался в джип к фотографу. Тот не растерялся и заснял всё на кафедру.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА...

Обращает на себя внимание подчеркнутый антропоцентризм данных сообщений. Во-первых, в самих ситуациях присутствуют человекоподобные проявления в поведении животных, их тесная связь с человеком. Во-вторых, этот факт акцентируется соответствующими словоупотреблениями: конкурс на звание, солидный возраст, радуется жизни, любопытный гепард и т.д.

Неслучайно также то, что в подобных новостных сообщениях животные также отличаются повышенной активностью. Активность, деятельность — естественные качества для ньюсмейкеров, однако это качество одновременно является важной составляющей смоделированной информационными агентствами картиной мира. Активность в новостных текстах осмысливается как качество не просто положительно оцениваемое, но и необходимое. В ряде текстов присутствуют прямые призывы к активной преобразующей деятельности.

— Ничего нового мы не скажем, но подъезд, в котором вы живете (и который вам, возможно, не нравится), — **в ваших руках**. Например **вместо того, чтобы жаловаться** на расписанные граффити стены, можно **взять в руки** кисть и разрисовать их самостоятельно. В красоте.

— Хочешь жить — **будь настоящим**.

— Вот что значит **найти** хобби по душе.

Активность субъектов информационной картины мира является таким же важным ее элементом, как и взаимосвязанность всех составляющих, их многообразие, масштабность.

Объемность моделируемой картине мира придает признание в новостных сообщениях жизненных противоречий, неоднозначностей. В качестве иллюстрации можно рассмотреть слова Константина Хабенского о премьерере его фильма *Собибор*, приведенные в новостном сообщении агентством ТАСС:

— Мне хотелось показать, что **не все так просто** в истории Печерского. Там были и **сомнения**, и **опускание рук**, и вопрос, а **надо ли что-то вообще делать...**

Данное высказывание, относящееся к конкретной художественно осмысленной исторической ситуации, можно распространить и на всю картину мира, создающуюся у аудитории новостных сообщений.

Интересно, что, вследствие очевидного и значимого присутствия большого количества тревожных и трагических новостей в информационном пространстве, были запущены специальные проекты «Добро́сти» и «Жить», призванные обратить внимание на позитивные факты, а также возможности взаимопомощи и поддержки.

Примеры новостных сообщений портала «Добро́сти» (случайная выборка):

- Сибирские **ученые** создали установку для производства **биоразлагаемых полимеров**.
- Представителям зарубежных научных фондов покажут **разработки** Курчатовского института.
- **Синхротрон** в Новосибирске начнут строить в 2019 году.
- Трамвайные пути в Москве **защитят от шума и вибраций**.
- **Мюзиклы** о Карлсоне и Пеппи Длинныйчулок пройдут **на фестивале** «Московская весна A Cappella»¹⁰.

Как видно, новости портала посвящены научным исследованиям, положительным изменениям в инфраструктуре, а также культурным событиям.

Проект «Жить» направлен не только на изменение восприятия мира, но и на моральную помощь и поддержку тому, кому это необходимо. Интересно, что текст самопрезентации проекта начинается с признания негативных сторон современной действительности:

Да, 21-й век **не принес** человечеству **безопасности и защищенности**. То и дело мы слышим **новости о терактах, стихийных бедствиях, техногенных катастрофах, военных действиях, катаклизмах**, которые уносят жизни. Но этот же век дал человечеству **свободу общения, технологии, сближающие незнакомых людей**, находящихся друг от друга на расстоянии сотен и тысяч километров. Жить.рф дает возможность **прийти на помощь, оказать поддержку и просто выразить слова сочувствия** всем нуждающимся в этом.

Жить рф — это и напоминание, и возможность проявить самые важные человеческие качества: сострадание, гуманность, милосердие, человеколюбие¹¹.

Таким образом, основной принцип моделирования положительного образа действительности информационными агент-

¹⁰ www.tass.ru/dobrostri (15.04.2018).

¹¹ www.жить.рф (27.04.2018).

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА...

ствами ТАСС и РИА-Новости можно представить в виде синтаксической конструкции ДА, НО..., где:

ДА	НО
Опасности	Сострадание
Катастрофы	Гуманность
Трагедии	Взаимопомощь
Проблемы	Взаимосвязи
Вызовы	Активность

Креативным выражением идей портала Жить.рф стал выпуск видеоклипа с участием большого количества известных российских исполнителей на одноименную композицию. Видеоряд и текст песни полностью соответствует приведенной схеме моделирования положительного восприятия современной действительности.

Łada Owczynnikowa, Joanna Mampe

KSZTAŁTOWANIE POZYTYWNEGO OBRAZU RZECZYWISTOŚCI
W TEKSTACH INFORMACYJNYCH
(NA PODSTAWIE WIADOMOŚCI AGENCJI INFORMACYJNYCH)

Streszczenie

Artykuł poświęcony jest percepcji rzeczywistości tworzonej przez doniesienia prasowe uznanych i cytowanych w Rosji i za granicą agencji informacyjnych RIA Novosti i TASS. Wiadomości są rozpatrywane pod kątem akcentowania wybranych elementów odzwierciedlających pewien stabilny system wartości. Na podstawie analizy autorki stawiają tezę, że w wiadomościach agencji informacyjnych RIA Novosti i TASS kreowany jest pozytywny obraz świata, przy jednoczesnym odzwierciedleniu w nim wszystkich sprzeczności i wyzwań naszych czasów.

Lada Ovchinnikova, Joanna Mampe

FORMATION OF POSITIVE IMAGE OF THE WORLD IN NEWS REPORTS
(BASED ON MESSAGES OF INFORMATIONAL AGENCIES)

Summary

The article is devoted to the perception of the world formed by the news reports of news agencies RIA Novosti and TASS — recognized leaders in Russia and abroad by the number of citations. Certain content elements are stressed, which reflects a stable value system. A conclusion is drawn that the analyzed news reports tend to model a positive image of the world, at the same time reflecting all the contradictions and challenges of the contemporary life.