

Формирование внешнего имиджа России посредством информационных веб-ресурсов (на примере портала «Россия сегодня»)

Рогачёва Марина Валерьевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра региональных исследований, Москва, Россия

E-mail: rogacheva.mv@yandex.ru

Настоящее исследование посвящено проблеме создания внешнего имиджа Российской Федерации с помощью информационных ресурсов в сети Интернет. На сегодняшний день Россия, несмотря на достижения в различных сферах, по-прежнему остаётся малоизвестной для иностранца. В то время как западное информационное пространство пестрит сообщениями о действиях нашей страны на международной арене, эксперты называют Россию самым главным «белым пятном» на туристической карте мира: именно такую оценку дают уровню информированности граждан как за рубежом, так и в самой России о ее городах и регионах, их культурных ценностях и достопримечательностях [1, с. 7]. Поэтому вопрос формирования внешнего имиджа России сегодня представляется одним из наиболее актуальных.

В связи с процессом информатизации общества все большее значение приобретают электронные ресурсы, используемые в том числе во внешней политике государств в качестве инструментов создания национального имиджа. В следствие этого мы изучили англо- и испаноязычные электронные ресурсы, созданные агентством «Россия сегодня» с точки зрения формирования национального имиджа.

В нашем исследовании мы отошли от традиционного подхода и вместо новостных сводок проанализировали информационные порталы, посвященные России в целом, так как нас интересовал не столько образ, создаваемый в ответ на политическую ситуацию в мире, сколько формирование общего представления о нашей стране вне зависимости от конкретной ситуации в международном сообществе. Кроме того, мы предприняли попытку выявить региональные особенности создания образа для носителей каждого языка.

Таким образом, целью данной работы стало выявление особенностей формирования образа Российской Федерации за рубежом на основе информационных веб-ресурсов. Для достижения поставленной цели, во-первых, мы определили особенности создания имиджа России для испаноговорящей аудитории; во-вторых, для англоговорящей. В-третьих, мы сравнили два имиджа и выявили региональные особенности каждого.

В качестве материала исследования использовались сайты, разработанные международным информационным агентством «Россия сегодня». Это испанская и английская версии Энциклопедии о России. Для того, чтобы структурировать наше исследование, информация была разделена на четыре тематические категории:

- основные факты о России
- культура
- личности
- история

В ходе исследования было выявлено, что ресурс на английском языке охватывает большее количество аспектов, но менее информативен по каждому из них. Испаноязычная версия

затрагивает меньшее количество основных фактов о России, но по каждому из них дается достаточно развёрнутая статья. Кроме того, английская версия сфокусирована на экономической и политической жизни в России, в то время, как испанская на духовной и социальной. Также было выявлено, что английская версия предоставляет устаревшую информацию относительно политической ситуации (за 2011 г.), испанская же максимально актуальна (не позже начала 2015 г.).

Относительно основных фактов о России стоит сказать, что их набор в обеих версиях практически совпадает, различается манера их освещения. Выявляется целый ряд региональных аспектов, как, например, большее внимание государственному строю в английской версии и акцент на праздниках в испанской.

Относительно культуры выяснилось, что испаноговорящей аудитории предлагается достаточно обширная информация по архитектуре, живописи, литературе и т.д., при этом практически по каждому разделу сделана определённая выборка. Например, архитектура представлена через эволюцию православного храма (о гражданских постройках говорится лишь в контексте 20-го века). Живопись ограничивается иконописью и художественными направлениями 19-го века.

Английская версия отличается тем, что в ней практически вся информация о России представлена через призму личностей, которые «разделены» на более десятка категорий. В связи с количеством персоналий в каждой категории у иностранного читателя может сложиться впечатление, что русские преуспели в сфере культуры, власти и военной сфере, то есть подтверждается представление, что Россия - военная держава с богатой культурой и большим количеством политиков. В испанской версии раздел «Личности» является дополнением предыдущего раздела и не содержит в себе значительных подробностей.

История на испаноязычном сайте представлена также выборочно. Начинается все с Октябрьской революции, далее следует парад 7 ноября 1941 года, августовский путч и распад СССР. В разделе «Личности» есть ссылка на страницу о династии Романовых, однако на ней лишь приводится порядок наследования трона от Михаила Фёдоровича до Николая II. Английская версия освящает всю историю России с древнейших времен до наших дней. Если говорить о содержании в целом, прежде всего чётко прослеживается западная оценка, несмотря на то, что информационный портал разрабатывался русскими авторами.

В результате анализа и сравнения англоязычной и испаноязычной версий Энциклопедии о России были выявлены особенности создания имиджа России за рубежом, а также ряд региональных черт.

Таким образом, можно сделать вывод что в процессе формирования имиджа России

- 1) во-первых, акцент делается в основном на уже сложившиеся представления о России и региональные доминанты.
- 2) во-вторых, не предпринимается попытка изменить представление о русской истории, лишь подтверждаются сложившиеся мнения.
- 3) в-третьих, ярко прослеживается региональный аспект. В зависимости от страны аудитории, которой преподносится информация, делаются акценты на определённых сторонах русского мира.

Источники и литература

- 1) Василенко И.А. Имиджевая политика России в региональном измерении // Имидж России: город, регион, страна: материалы научной конференции кафедры Россий-

ской политики факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова 1 ноября 2011 г. / Под ред. И.А. Василенко. М., 2011. С. 6-11

- 2) Тюкаркина О.М. Роль бренд-технологий при формировании современного имиджа государства // Имидж России: город, регион, страна: материалы научной конференции кафедры Российской политики факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова 1 ноября 2011 г. / Под ред. И.А. Василенко. М., 2011. С. 23-33
- 3) Russia Today впервые появился в рейтинговой системе британских телеканалов [Электронный ресурс] // «Лента.Ру» [Интернет-газета]. 14.07.2012 г. URL: <http://lenta.ru/news/2012/07/13/rtoday/> (дата обращения 08.02.2016)
- 4) Rusopedia: <http://rusopedia.rt.com/>
- 5) Russiapedia: <http://russiapedia.rt.com/>