

Формирование имиджа России в медиапространстве Франции и Китая в XXI веке

Научный руководитель – Мачина Анна Александровна

Сахно Любовь Владиславовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Москва, Россия

E-mail: hedry.center@mail.ru

В наше время образ государства и социальные стереотипы о нем играют важную роль в мировой политике в целом и для внешнеполитического курса государств в частности. Как показали последние исследования, СМИ являются самым распространённым источником получения информации, оставаясь первым по своей силе инструментом формирования имиджа страны и её жителей. Современные исследователи выделяют следующие основные виды СМИ: печатные издания, сайты, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, информационное агентство[2].

Россия является активной участницей международного информационного поля, предметом активных обсуждений как на западе, так и на востоке. По вполне определенным причинам особое внимание привлекает существующий на данный момент имидж России в медиапространстве Франции и Китая в 21 веке. Во-первых, Россия имеет достаточно различный имидж в данных государствах, благодаря чему возможно проследить динамику развития двусторонних отношений. Во-вторых, культурные особенности, информационная политика и положение СМИ Франции и Китая полярно противоположные, что дает нам возможность судить также и о внутренней политике стран, и о менталитете данных народов. В-третьих, оба государства являются стратегическими партнерами России в разных полушариях, ввиду чего необходимо понимать имиджевое положение России и максимально использовать данную информацию при построении внешнеполитической линии и практических действий.

На сегодняшний день между Россией и Западом происходит определенный «цивилизационный разлом», что фоном отражается и на функционировании СМИ. Сегодня систему ценностей во французском обществе определяют демократические векторы, права человека. В медиапространстве Франции демократичное развитие России ставится под сомнение, образ государства скорее негативный. Официальное французское положение гласит, что в стране нет жесткой государственной цензуры, свобода самовыражения на высоком уровне[6], однако в действительности свобода французских СМИ в отношении образа России ставится под большое сомнение в связи с недавней политикой властей против «русской угрозы»[3]. Исследовательский институт Odoxa провел опрос об отношении французов к России: негативно относятся около 63% французов, а 73% опрошенных придерживаются негативного мнения и о президенте Владимире Путине[4].

В китайском обществе с точки зрения экономической сферы, образ нашей страны довольно неоднозначный. Российская экономика часто называется экономикой второго или даже третьего плана[1], однако политический образ современной России, положительно отмечается деятельность политического лидера России, централизация власти и главенство одной партии, попытки сплочения народа и проведения реформ. Таким образом, китайские СМИ по отношению к России настроены достаточно позитивно, стараются не затрагивать болезненные темы и больше информировать читателей о положительных сторонах российской жизни[5].

В качестве кратких итогов можно выдвинуть следующие положения:

1. Отношение СМИ и общества Франции и Китая к России совершенно разное. Подобный результат можно объяснить несколькими факторами: положение СМИ в государстве[7], культурно-историческое развитие каждого народа, отношения с Россией в сфере политики и экономики.

2. Французские СМИ представляют Россию по большей части в негативном свете, при этом подчеркивается величие нашего государства и его лидера. Пресса относительно свободна от цензуры, но преподносит информацию однобоко. В 2017-2018 гг. наблюдается небольшая положительная динамика образа России среди французской прессы, но в настоящее время происходит ухудшение ситуации.

3. Китайские СМИ в своих суждениях осторожны, не высказывают прямой точки зрения. В отношении России и её президента создают положительный образ, нет резких изменений информационной политики.

Очевидно, что политическое взаимодействие и имидж государства неразрывно связаны друг с другом. Как правило, образ следует за политикой, однако при должных усилиях по изменению имиджа впоследствии возможны существенные корректировки в политических взаимоотношениях государств.

Источники и литература

- 1) Галенович Ю.М. Россия в «китайском зеркале». Трактовка в КНР в начале XXI века истории России и русско-китайских отношений. М.: Восточная книга, 2011.
- 2) Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М: Аспект Пресс, 2001.
- 3) Игорь Алабужин. Макрон против фейк-ньюс // Журнал «Эксперт» №6 (1106). С. 68.
- 4) Jannick Alimi «Pour les Français, Vladimir Poutine plombe l'image de la Russie». // Le Parisien, 19 мая 2017 г.
- 5) Образ России в китайских СМИ (2014-2016). Доклад Совета по СМИ Российско-Китайского Комитета дружбы, мира и развития: <https://ria.ru/20170911/1499895001.html#1499902626>
- 6) Ministère de la culture et de la communication. La communication et le développement des médias en France: http://archive.dgmic.culture.gouv.fr/rubrique.php3?id_rubrique=107&var_recherche=medias
- 7) Freedom of the Press 2017: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/freedom-press-2017>