

РАЗДЕЛ IV.

ИССЛЕДОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ

Марущак А.В.,

Алтайский государственный университет (г. Барнаул)

ПОЛИТИКО-СОЦИАЛЬНЫЙ ОБРАЗ РОССИИ В АМЕРИКАНСКОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

В зарубежных СМИ в 2011–2012 гг. шло активное обсуждение политической и социальной ситуации в Российской Федерации. Интерес к нашей стране был во многом обусловлен периодом избирательной кампании по выборам в Государственную Думу и на пост Президента РФ, так как именно от результатов избирательной кампании зависит дальнейшее развитие страны, и в частности, ее политический курс на международной арене (это главный аспект выборов для зарубежных СМИ).

Средства массовой информации играют важную роль в формировании и эволюции общественного сознания. Более того, восприятие и интерпретация важнейших явлений и событий, происходящих в стране и мире, осуществляются через них и с их помощью. Современный мир подчинен правилу: реальное событие только тогда существенно, когда о нем широкой публике рассказали СМИ. Следует подчеркнуть, что особенностью средств массовой информации является их способность прямо обратиться к общественности, минуя такие традиционные институты общества, как школа, семья, церковь, политические партии и организации. То есть СМИ выступают в роли активного субъекта политической жизни. Однако внешняя политика не формируется непосредственно СМИ как «четвертой властью». Вместе с тем, успех в ее проведении во многом зависит от позиции влиятельных изданий, способных мобилизовать общественное мнение, а также от возможностей и способности политических субъектов (органы исполнительной власти, партии и их фракции в парламентах, экспертное сообщество) задействовать СМИ в реализации своего курса и «раскручивании» своих концепций и подходов к решению международных проблем. В связи с такой степенью влияния средств массовой информации на восприятие

определенной страны в целом (ее политики и культуры) изучение трансформации медиаобраза какого-либо государства (в нашем случае — Российской Федерации) и ее характеристик всегда является актуальным. Митинги оппозиции и заявления властей широко освещались в иностранных и отечественных средствах массовой коммуникации. Однако общеизвестно, что медиаобраз — это «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ»¹. Нередко именно «эмоциональные» представления об объекте доминируют как в контенте СМИ, так и в массовом сознании, что неминуемо порождает мифы и формирует субъективный образ.

В американском медиапространстве мифы о России и фобии, связанные с ней, были сформированы за долгие годы холодной войны. Стоит вспомнить о том, что Советский Союз олицетворял для американского обывателя «антитезу основных ценностей и привычных политических и религиозных свобод, всего того, что можно назвать “американским образом жизни”»². Важно выяснить, изменился ли подход к освещению современной России и российской действительности в американских СМИ в XXI веке.

Для достижения этой цели был проведен качественный контент-анализ публикаций американского журнала «Time». Выбор эмпирической базы исследования был обусловлен типологическими характеристиками издания. «Time» — это качественный еженедельный журнал новостей, в котором новости преподносятся в субъективно-ироничном стиле³. Яркий язык издания позволяет выявить эмоциональное отношение журналистов к предмету своих публикаций, которое является очевидным и для читателей журнала «Time». К слову, аудиторию журнала «Time» составляют не только аме-

риканцы (журнал имеет зарубежные версии), поэтому медиаобраз социально-политической ситуации в России, создаваемый журналом «Time», транслировался в массовое сознание граждан различных государств, что придает исследованию еще большую актуальность.

Итак, для анализа было отобрано 87 материалов, посвященных России, опубликованных в журнале «Time» в период с 1.09.2011 г. по 1.04.2012 г. Большинство публикаций относится к сфере политики (74 текста из 87). В данном исследовании нас интересовали особенности презентации политико-социальной системы современной России в материалах еженедельника «Time».

В итоге проведенного анализа были сделаны следующие выводы.

Американское издание в своих публикациях сравнивает политическую систему современной России и Советского Союза, причем, по мнению журналистов, российская власть так и не изжила в себе пережитки советского прошлого. «Борис Ельцин быстро начал ослаблять законодательную ветвь власти и вновь утверждать контроль Кремля. Его преемник Путин, который был свидетелем краха Советского Союза, продолжает старые добрые разрушительные традиции»⁴. Журналисты «Time» не просто иронизируют по поводу «советского» политического курса России, они сравнивают его с неким «вирусом», который несет опасность для всего мирового сообщества: «США становятся Советским Союзом — постоянно **находимся в поисках врагов**, и когда один из них терпит крах, на его место ищем другого»⁵. Россия представляется как тоталитарное, закрытое государство с очень жесткой (временами даже жестокой) политикой. Страной, которая неспособна идти на компромиссы и прислушиваться к мнению мирового сообщества. Поэтому требуется некий герой-освободитель, который будет защищать это сообщество (и США в частности) от ее влияния, а заодно оказывать профилактическое воздействие на Россию. Так, журнал «Time» опубликовал статью, посвященную Уильяму Браудеру — это американский бизнесмен, известный своим нетерпимым отношением к первым лицам Российской Федерации — Владимиру Путину и Дмитрию Медведеву — и к проводимому ими политическому курсу. Автор данного текста пишет: «**Какими навыками нужно обладать, чтобы стать успешным инвестором в России? — Навыками ножевого боя**»⁶. Таким образом, можно предположить, что американский читатель воспринимает Россию как страну «дикую», с почти «доисторическими» внутренними порядками. А ее правоохранительные органы отнюдь не беспокоятся о нуждах народа: «**В России вы всегда зависите от милости влиятельных людей и полиции**»⁷. Стоит отметить, что автор, как представитель американского сообщества, по ходу развертывания темы произносит довольно «говорящую» фразу, отражающую стереотипное мнение жителей США о России: «**Если учесть, насколько укоренилась в России культура отрицания...**»⁸. Так Россия предстает перед аудиторией как страна, не способная пойти на политический компромисс, не способная прислушиваться

к чужому мнению, отрицающая очевидные факты. Американские репортеры «Time» считают Российскую Федерацию не только бескомпромиссным тоталитарным государством, но и чрезмерно подозрительным. Автор следующей публикации в журнале откровенно смеется над этим: «**Эх, Россия, Россия, были времена, когда ты гораздо лучше использовала свою паранойю. Эта Империя зла получила свое название отчасти из-за того, что после Второй мировой войны выработала отвратительную привычку собирать воедино маленькие соседние государства (которые, говоря откровенно, собираться воедино не очень-то и хотели)** для создания буферной зоны на своем западном фланге»⁹. Благодаря снисходительно-поучительному тону («Эх, Россия») материал определенным образом воздействует на американского читателя, вызывая у него насмешку над этой страной. Кроме этого, Россия снова предстает в образе неблагоразумного и своевольного государства-тирана, имеющего «отвратительную привычку» против их желания объединять соседние страны. Так, в сознании среднестатистического читателя этого журнала создается впечатление неадекватности, иррациональности России. Следовательно, возникает ощущение потенциальной опасности РФ и для соседних государств, и для мирового сообщества в целом.

В России, по мнению журналистов «Time», царит хаос, беззаконие и коррупция: «**Инвесторы вскоре поняли, что в России ничего стопроцентного нет — и все благодаря непредсказуемому и хищному государству**»¹⁰. Представители власти в России бездействуют, не предпринимают серьезных попыток решить проблему. А те меры, которые уже введены, являются бестолковыми и даже смешными: «**У Медведева в распоряжении целое государство, чтобы бороться с глупостью, а ничего не работает, потому что они борются сами с собой**»¹¹. В другой статье насмешке западного журналиста подвергается решение президента Дмитрия Медведева о создании интернет-сайта «Россия без дураков», который автор называет «**реестром чиновничьего безумия**», «**сосязанием в глупости**» и «**очередным примером бюрократического абсурда власти**»¹². По мнению журналиста «Time», главная цель данного сайта совсем иная, нежели та, которую озвучил президент России. Сайт должен стать лишь клапаном сброса пара в обществе в тот момент, когда в нем возникла острая потребность: «**Государство заинтересовано в поиске новых способов решения проблем, даже если они принимают смешную форму**»¹³.

Не менее остро, по мнению журнала «Time», в России стоит проблема соблюдения прав человека. В одной из публикаций идет речь о нарушении прав человека в России и о том, как старательно США пытаются помочь стране в борьбе с этим пороком: «**Большое табу: как обсуждать нарушения прав человека в России?**»¹⁴. Журналистами развертывается мысль о равнодушии и безразличии российских чиновников: «**При любом обсуждении прав человека с российскими чиновниками обычно наступает такой момент, когда у**

них **сжимаются челюсти и холодеет взгляд**¹⁵. Автор акцентирует внимание читателей на том, что попытки американских властей улучшить правовую ситуацию в России напрасны (во многом благодаря сопротивлению, которое они встречают на своем пути в лице российских политиков): «Путин все равно намекнул на свое недовольство попытками Запада вмешиваться в дела тех частей мира, **которые могут не разделять западных ценностей**»¹⁶. Таким образом, фраза российского премьер-министра (на тот момент), умело примененная автором в тексте, создает впечатление у читателя, что курс политики России направлен не на «западные ценности» (т.е. соблюдение прав человека), а на нечто противоположное.

В публикациях «Time» и российский народ представлен далеко не лестным образом. Русских изображают как людей некультурных, недостаточно образованных: «*Это одна из стран, в которых царит атмосфера грубости и хамства*»¹⁷. Внимание американского читателя обращается и на то, что «Русский язык **не отличается такой учтивостью, как английский**»¹⁸. Также американцы считают русских пассивными и безвольными людьми (по отношению к политической жизни страны). Как хорошо известный факт автор в данной публикации «Российская оппозиция мечтает о переменах» упоминает про «распространенную в России культуру *забитости* и *робости*»¹⁹.

Однако масштабные последствия федеральных партийных выборов в Государственную Думу Российской Федерации (которые прошли 4 декабря 2011 года) кардинально изменили мнение американских журналистов о пассивности политической оппозиции и русского народа — с негативного на положительное: «**Общество дремало** все нулевые годы. За это время у него украли все права. **Теперь оно проснулось** и осознало, что надо что-то делать»²⁰. Здесь автор противопоставляет власть и народ, разбивая их на два враждующих лагеря. При этом важно отметить, что в публикациях еженедельника «Time» внутренним врагом российского народа предстает лично Владимир Путин, и менее всего сама партия «Единая Россия», которая и победила на выборах. Американский репортер говорит о В. Путине как о синониме, вполне способным заменить название «партии власти»: «*Москва стала свидетельницей самых мощных протестов против Владимира Путина с момента его прихода к власти 12 лет тому назад*»²¹. В статьях «Time» в этот период Владимир Путин представлен как еще более циничный и самоуверенный, чем прежде, политик, который не проявляет интереса к происходящему в стране, а также кажется безразличным к коллективному мнению граждан: «*Судя по заявлениям Путина во время программы, молодые избиратели настолько незначительная часть общества, что **ничего кроме его презрения она не заслуживает***»²². Позже американские журналисты сообщают обществу о том, что Путин не только пренебрежителен к сотням тысяч протестующих, но еще и разрабатывает специальную стратегию против них: «*Пока российская оппозиция была*

*занята подготовкой очередных демонстраций в Москве и еще в 70 городах, премьер-министр Владимир Путин встретился со своей командой имиджмейкеров, чтобы **обсудить контрстратегию**. Они решили представить дилемму как шахматную партию*»²³. В отражении иностранных СМИ ситуация выглядит таким образом: не только народ выступает против Владимира Путина и его союзников (партии «Единая Россия»), но и В. Путин в свою очередь выступает против народа и его требований справедливости. Так, российский премьер-министр и его стратегия становятся главными героями многочисленного ряда дальнейших журналистских публикаций еженедельного американского журнала «Time», посвященных России.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод, что средства массовой информации формируют образ России как страны жесткой, бескомпромиссной и даже тоталитарной в политической сфере. Политические лидеры не учитывают интересы жителей России. Русский народ ранее считался пассивным и безынициативным в плане отстаивания своих прав, но, тем не менее, в нужный момент оказался способен на решительные меры: консолидироваться и выйти на митинг, чтобы выразить свою точку зрения. Образ России выстраивается американским журналом «Time» как образ страны в наивысшей степени коррумпированной. Иностранные корреспонденты, с одной стороны, как члены этого американского общества и носители его идей отражают их на страницах своих изданий. И, с другой стороны, как профессионалы в своих целях поддерживают, укрепляют и изредка обновляют структуру этих стереотипов о России, довлеющих в обществе США.

¹ Шаталов Г. Образ, имидж, бренд и репутация региона — что это такое? // Коммуникационная группа «Region PR». М., 2002. С. 57.

² Руковишников В.О. Отношение американцев к современной России // Политическая социология. М.: Академический проект, 2004 г. С. 123.

³ История мировой журналистики / Издание второе. Под ред. А.Г. Беспаловой, Е.А. Корнилова и др. Ростов-на-Дону: «Старые русские», 2000. С. 160.

⁴ «Twenty Years After Independence, Russia Is in No Mood to Party» // «Time» 25.09.2011.

⁵ «Veteran U.S. Diplomat: We Are Becoming the USSR» // «Time» 17.09.2011.

⁶ «One (Rich) American vs. Moscow: The Quest of William Browder» // «Time» 03.12.2011.

⁷ Там же.

⁸ Там же.

⁹ «Silly Season: Russia Accuses the U.S. of a Secret Mars Plot» // «Time» 11.01.2012.

¹⁰ «One (Rich) American vs. Moscow: The Quest of William Browder» // «Time» 03.12.2011.

¹¹ «The Abominable Snow Protests of Russia: Moscow's New Cold War» // «Time» 07.02.2012.

- ¹² «Russia's Latest Official Website: Kick Us, We're Stupid» // «Time» 01.02. 2012.
- ¹³ «The Abominable Snow Protests of Russia: Moscow's New Cold War» // «Time» 07.02. 2012.
- ¹⁴ The Big Taboo: Confronting Russia's Human-Rights Abuses» // «Time» 25.02. 2012.
- ¹⁵ Там же.
- ¹⁶ Там же.
- ¹⁷ «Where Are the World's Rudest Countries?» // «Time» 03.03. 2012.
- ¹⁸ Там же.
- ¹⁹ «The Abominable Snow Protests of Russia: Moscow's New Cold War» // «Time» 07.02. 2012.
- ²⁰ Там же.
- ²¹ «Occupy the Kremlin: Russia's Election Lets Loose Public Rage» // «Time» 16.12.2011.
- ²² Там же.
- ²³ «All the Wrong Moves: Putin Plots His Strategy Against the Protesters» // «Time» 09.12.2011.

Монастырёва О.В.,

Амурский государственный университет (Благовещенск)

РУССКОЯЗЫЧНЫЕ СМИ КИТАЯ: ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Опыт Китая и России по обращению друг к другу посредством СМИ имеет сложную историю и «географию» взаимодействия. Российским читателям информация о Китае впервые стала доступна в XVIII в. на страницах первой русской газеты «Ведомости». Однако сведения об этой стране и даже сообщения о приезде в Пекин российских послов попадали в газету в основном через Западную Европу. Что касается «обратного» процесса, то русская тема лишь эпизодически освещалась в официальной газете «Цзин бао» («Столичный вестник»), а также излагалась в шилу — хронике деятельности императоров¹.

Медиапространство и сегодня создается потоками информации с двух сторон, однако они не ограничены движением с территории одной страны на территорию другой. Контактные зоны русских и китайцев все чаще складываются внутри обеих стран, и это объясняет сложившееся многообразие информационных потоков, в которые включены китайские СМИ, обратившиеся к русскоязычной аудитории.

«СМИ Китая на русском языке — русскоязычная аудитория в России»

Полноценные зарубежные СМИ, в том числе на русском языке, появляются в Китае после образования КНР (1949 г.).

Радиовещание Китая осуществляется на русском языке с 1954 г. В системе русскоязычных «голосов» «Международное радио Китая» (China Radio International) остается наиболее динамично развивающимся СМИ. Это самый крупный и авторитетный в КНР вещательный канал, единственное государственное радио, которое осуществляет вещание на зарубежные страны.

В 2009 г. радиостанция вышла на первое место по количеству языков вещания среди аналогичных радиостанций мира. В 2011 г. на базе «Международного радио Китая» создана Китайская международная телерадиовещательная сеть (CIBN), а также Всемирная вещательная медиакорпорация «МРК-Планета», что ознаменовало новый этап в развитии инновационного Китая и всей информационной деятельности страны за рубежом.

Заметно увеличивается объем вещания на русском языке. Так, если в 2004 г. вещание «Международного радио Китая» на русском языке достигало 21 часа в сутки, то в 2009 г. этот объем возрос до 40 часов. В интервью «Российской газете» директор «Международного радио Китая» Ван Ганьянь озвучил долгосрочные планы ввести круглосуточное вещание передач на русском языке в масштабах всего мира, а в близлежащей перспективе — наладить FM-вещание на территории России². Предполагается, что, помимо традиционных передач из Китая, вещание «Международного радио Китая» на русском языке будет организовано в экономически развитых центрах с большим населением (Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург) и приграничных с Китаем городах (Хабаровск, Владивосток, Благовещенск). В феврале 2011 г. делегация представителей «Международного радио Китая» приехала в Благовещенск для обсуждения возможностей сотрудничества с местными радиостанциями, организации передач о Китае для русскоязычной аудитории.

Информационное агентство «Синьхуа», один из ведущих государственных мультимедийных источников информации для зарубежной аудитории, ежедневно готовит ленту оперативной информации на русском языке объемом до 100 сообщений в сутки.