

ОБРАЗ РОССИИ В ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ

Коваленко Н.А.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина

nathalie.kovalenko8@gmail.com

Исследования о представлении России в зарубежных СМИ предопределены современной международной политической ситуацией, в которой Россия нередко находится в центре событий. Формирование образа страны является одной из самых актуальных проблем современности, ведь имидж государства в средствах массовой коммуникации, а, следовательно, в обществе имеет прямое влияние на внешнюю и внутреннюю политики.

Емкое определение понятию государственного имиджа предложил Э.А. Галумов, определив его как комплекс объективных взаимосвязанных между собой характеристик государственной системы (экономических, географических, национальных, культурных, демографических и т. д.), сформировавшихся в процессе эволюционного развития государственности как сложной многофакторной подсистемы мирового устройства, эффективность взаимодействия звеньев которой определяет тенденции социально-экономических, общественно-политических, национально-конфессиональных и иных процессов в стране. «Это – база, определяющая, какую репутацию приобретает страна в сознании мировой общественности в результате тех или иных действий ее субъектов, взаимодействующих с внешним миром» [1. С. 95].

Явной тенденцией в зарубежных СМИ является «демонизация» России. В настоящее время образ России в иностранных медиа напрямую складывается из представлений о российском главе государства. И политическую и внешнеэкономическую деятельность России на международной арене иноязычные СМИ олицетворяют с образом Владимира Путина.

Зачастую медиа не дают прямых оценок, но на эксплицитном уровне, исподволь, некоторые из них пытаются формировать общественное мнение.

Проследить это можно по статье французского СМИ L'OBS «О «путинизме» или «новой русской идее.»»: *«За годы пребывания у власти Путин, которого поначалу считали либералом, занимает более жесткие позиции. Поворот в сторону консерватизма становится все более ощутимым.»* Такие заключения будто являются нейтральными, но они манипулируют читателями и в определенной среде могут быть восприняты отрицательно.

Надо отметить, что не всегда коммуникативные намерения медиа достигают своих целей. Например, практически все публикации по «газовой» теме имеют негативную коннотацию и традиционно обвиняют в всех своих проблемах Россию.

Express (Великобритания) пишет: *«Путин наносит «мощный удар по Европе», прекращая поставки газа. Владимир Путин прекратил перекачку газа и существенно сократил другие поставки. Эксперты называют это «мощным ударом» по Европе».* Но читатели хотят разобраться в ситуации и самостоятельно анализируют ситуацию. Loop Educator's Worst Nightmare!: *«Всегда восхищался Путиным. Какой замечательный парень!».* Ruffles The Guinea Pig: *«Что-то никто не упомянул написанное в середине статьи черным по белому. Сокращение поставок вызвано аварией на трубопроводе в Болгарии.».* Jock-the-scot: *«Европа очень медленно усваивает, что нельзя угрожать стране, которая снабжает ее энергоресурсами.».* K69tie: *«У меня оригинальная мысль возникла: почему бы не спросить Путина, что происходит, а не слушать мнения «экспертов?».* Tired and Weary: *«Никакой это не удар по Европе. На балканском трубопроводе был взрыв или разрыв трубы, трубу перекрыли на время ремонта. Поэтому поставки газа в Европу сократили. Зачем третьесортные репортеры типа Джеймса Ли занимаются фабрикациями и нагнетают панику? Я просто не понимаю. Джеймс, просто*

сообщай реальные факты, а не фантазируй в погоне за сенсацией в своих так называемых репортажах.» [2].

Однако не во всех зарубежных медиа России присваиваются отрицательные характеристики. Положительное отношение граждан и одобрение позиции России со стороны властей отмечается в СМИ восточных стран. Среди них можно выделить СМИ Турции «Medya Günlüğü». В статье «Секрет 21-летнего правления Путина» автор книг о президенте России Дженк Башламыш прокомментировал эпоху Путина и произошедшие за 21 год изменения: *«Подняв Россию на ноги и сделав ее значимой страной во внешнем мире, Путин восстановил сломленную гордость народа.»* Дженк Башламыш подчеркивает этот факт следующими словами: *«Россия, превратившаяся в страну, которую не воспринимали всерьез и даже высмеивали на протяжении 1990-х годов, вновь стала силой, с которой нужно считаться.» [4].*

Также, Самих Гювен в своей статье «Что за люди — русские?» (Medya Günlüğü, Турция) делится своими мыслями о русском народе: *«Я думаю, что русские в целом обладают положительными особенностями. Защищать и развивать страну, имеющую огромные важные ресурсы, бороться с суровым климатом, пережить великие войны и депрессии и после внушительного опыта коммунизма словно рыба, выброшенная на берег, внезапно оказаться в капиталистических условиях. Все это, должно быть, нелегко. Следовательно, это общество, как и все другие общества, заслуживает уважения.» [3].*

Таким образом, образ России в иностранных средствах массовой информации - явление переменное, требующее непрерывного изучения, так как в этом феномене множество действующих сил: влияние государственной политики на мнение медиа, влияние финансовых сил, позиция самих средств массовой информации.

Список литературы

1. Галумов, Э. А. Международный имидж России: стратегия формирования // Э. А. Галумов. – М. : Известия, 2003. С. 446.
2. Иносми. [URL:https://inosmi.ru/economic/20211107/250852663.html](https://inosmi.ru/economic/20211107/250852663.html) (дата обращения: 07.11.2021).
3. Иносми. [URL:https://inosmi.ru/social/20211106/250841692.html](https://inosmi.ru/social/20211106/250841692.html) (дата обращения: 07.11.2021).
4. Иносми. [URL:https://inosmi.ru/politic/20210905/250438521.html](https://inosmi.ru/politic/20210905/250438521.html) (дата обращения: 07.11.2021).