

Механизмы формирования образа России в иностранных СМИ

Молодцова Анна Анатольевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: ama1437@yandex.ru

Научно-технический прогресс, темпы которого с каждым годом нарастают все больше и больше, внес в нашу жизнь немало таких устройств и средств, которые наши предки даже помыслить не могли. Многие достижения науки в современном мире скоро становятся достоянием всего мира, прочно входят в быт людей, делают его проще, а иногда в корне меняют. За последний век на нас особенно повлияло развитие средств массовой коммуникации. С их помощью мы можем мгновенно передавать информацию в любую точку планеты или узнавать что-либо о событиях с другого конца земного шара. Средства массовой коммуникации изменили нашу жизнь настолько, что ученые предлагают называть современное общество информационным[6]. Однако это великое достижение, несмотря на все свои преимущества, принесло нам и множество проблем.

Сейчас мы бесконечно далеки от общества до изобретения печатного станка, когда основным средством распространения информации были слухи, которые неминуемо искажали и преобразовали сообщение. Но это не значит, что хорошо знакомый нам «репортаж с места событий» соответствует действительности. Различные технологии не только стали новым, быстрым и удобным средством для передачи правдивой информации, но и дали совершенно иные возможности для искажения действительности. Средство коммуникации само по себе может рассматриваться как сообщение[5], и передача информации с помощью него имеет свои особенности, которые могут быть использованы для введения в заблуждение или создания собственного рейтинга важности событий (так называемой agenda-setting). Передаваемое посредством СМИ сообщение часто является лишь интерпретацией действительности, когда «смысл имеет только соотнесенность с моделью»[1]. Причем эта интерпретация не случайна, она имеет цель убедить свою аудиторию в нужном СМИ положении вещей. А реципиент этого СМИ, которому сложно самому разобраться в обилии информации и фактов, цепляется за близкое ему объяснение событий и ситуаций. Таким образом, вполне можно утверждать, что аудитории разных СМИ живут в совершенно разных мирах - реальностях, имеющих весьма далекое отношение к действительности.

Возможность интерпретировать события и виртуализировать реальность приобрела особенно интенсивный и масштабный характер в социально-политической сфере [2]. Это не случайно, ведь именно в этой области жизни общества так важно убеждение и формирование у электората или аудитории выгодного для себя взгляда на положение вещей. Средства массовой информации - идеальное средство для выполнения этой задачи. Одни события, возможно, незначительные сами по себе, выставляются на первую полосу и становятся важными, другие никак не упоминаются - и для аудитории они не существуют[3]. Такая манипуляция значимостью событий используется как внутри государства, так и на международном уровне - это так называемые информационные войны. Ввиду современной политической ситуации этот феномен особенно важен и для положения нашего государства на международной арене, и для внутренней стабильности России.

В настоящее время наша страна, обладающая большим потенциалом ресурсов, ядерным оружием и военной мощью, имеет значительный вес в решении многих международных вопросов и проблем, что вызывает у некоторых государств «тихую панику» [4]. Рос-

сия, ее политические лидеры и представители фигурируют в иностранных СМИ, которые формируют свой особый образ нашего государства, далеко не всегда близкий к реальности. А это образ есть причина определенного отношения к нашей стране и к ее народу, и несоответствие его реальному положению вещей приводит к возрастанию напряжения между странами, непониманию среди представителей разных государств и международным конфликтам.

Исследование механизмов формирования образа России в иностранных СМИ поможет понять, какое отношение у аудитории этих СМИ к России, чем оно вызвано и каковы причины создания именно такого мнения о политике нашего государства. А это, в свою очередь, даст более широкий взгляд на взаимоотношения государств и их представителей.

Источники и литература

- 1) Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000.
- 2) Володенков С. В. Медиапространство в системе современного политического управления массовым сознанием // Вестник Российской нации. 2015. No. 6. С.153-162.
- 3) Володенков С. В. Современная политическая коммуникация как инструмент манипулирования общественным сознанием // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2012. No. 5. С. 89-103.
- 4) Григорьев Ю.П. Антироссийские информационные войны // Информационные войны. 2015. No.36. С. 5-11
- 5) Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2003
- 6) Dordick H.S., Wang G. The Information Society: A Retrospective View. Newbury Park – L., 1993.