

Секция «Востоковедение, африканистика»

СМИ как фактор формирования внешней политики Японии

Дугарова Ирина Баторовна

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, ИСАА, Москва,
Россия*

E-mail: i_dugarova@hotmail.com

СМИ как один из важнейших институтов общества играет огромную роль во всех сферах его жизни, формируя во многом общественное мнение. Особенно это справедливо в вопросах внешней политики, представление о которых создается в первую очередь именно средствами масс-медиа, через которые осуществляется восприятие (отбор) и интерпретация важнейших проблем, явлений и событий, происходящих в стране и мире. Эти обстоятельства приобретают особое значение на фоне распространения общемировой тенденции динамичного перехода к информационному обществу.

В настоящее время в условиях глобализационных процессов существенно возрастает роль связей государства с внешним миром, их влияние на внутреннюю жизнь, происходит усложнение внешней политики и рост ее значения как для страны в целом, так и для отдельного человека, жизненные интересы которого она непосредственно затрагивает. В этих условиях значение СМИ, с помощью которых осуществляется массовая политическая коммуникация [3], чрезвычайно велико.

Всё это в полной мере относится к Японии. Во-первых, эта страна ближе всех подошла к информационному типу общества. Распространение СМИ в Японии больше и глубже, чем в других странах. Во-вторых, окончание холодной войны, распад СССР вызвало некоторую растерянность в Японии: разрушена прежняя система ценностей и приоритетов – биполярного мира, в котором выстраивание внешнеполитического курса в отношении той или иной страны было просто и понятно, больше не существовало. Эта неопределенность неизбежно вызвала бурный и продолжительный подъем интереса и беспокойности в японском обществе. В этих условиях назрела крайняя необходимость во всестороннем изучении, анализе, обсуждении происходящих глобальных и локальных процессов. Быстрее и доступнее всего такую возможность смогли предоставить средства массовой информации.

Сложившийся за полвека правления Либерально-демократической партии процесс формирования внешней политики опирался на так называемый «железный треугольник» [4], состоящий из правящей партии, бюрократии, представленной в основном министерством иностранных дел, и деловых кругов, в которые входили представители важнейших финансово-промышленных групп, крупного бизнеса. СМИ в этом процессе доставалась лишь роль инструмента пропаганды в руках вершин этого треугольника. [1]

Однако вследствие серьезных изменений внутри общества в сторону информатизации, а также в связи с усложняющимися, глобализирующимися международными политическими процессами, вызвавшими глубокий интерес и беспокойность общественности Японии, значение СМИ существенно возросло.

Пожалуй, самым эффективным и долгодействующим средством в системе массовой информации Японии является периодическая печать. В стране, где 80% населения

ежедневно читают прессу [6], важную роль в обществе играют именно крупнейшие общенациональные газеты, которые в силу особенностей организационной структуры японской журналистики представляют журналистскую элиту (система пресс-клубов, неформальные отношения между репортерами и политиками, чиновниками, «ночные атаки» и т.п.) [2, 5].

Функции и роль масс-медиа в политической системе, а также особенности их проявления во внешнеполитическом процессе особенно отчетливо прослеживаются на примере анализа участия японской прессы в разработке политики Японии в отношении КНР. Острый характер дискуссий в правящих кругах по проблеме официальных посещений храма Ясукуни высшими должностными лицами, вызывавшими серьезное недовольство Китая и последующее охлаждение отношений с ним, придавал чрезвычайно большое значение деятельности ведущих японских органов прессы и существенным образом влиял на характер подхода общенациональных газет к освещению данной тематики.

В рамках данной работы было проведено исследование японской общенациональной прессы наиболее острого периода в японо-китайских отношениях – премьерства Коидзуми Дзюнъитиро. Анализ динамики позиций японской прессы в этом вопросе в первом 2001 и последнем 2006 годах и изменений политики руководства страны позволил проследить механизм влияния СМИ на формирование китайского внешнеполитического курса Японии. Для исследования были выбраны две газеты «Ёмиури» и «Асахи», имеющие наибольшее распространение и влияние в Японии и мире и традиционно представляющие интересный контраст в освещении проблем и событий [7, 8].

Анализ взаимозависимости динамики позиций крупнейших газет в отношении проблемы храма Ясукуни и китайской политики правительства Японии позволяет утверждать, что именно СМИ, в частности две крупнейшие общенациональные газеты Японии, оказали существенное влияние на решение политической элиты в отношении визитов в Ясукуни, причем ключевую роль в этом сыграли самые значимые, могущественные представители прессы – «Ёмиури» и «Асахи».

Таким образом, формирование внешнеполитического курса современной Японии представляет собой сложный, многогранный процесс, в котором непосредственное участие принимают и масс-медиа. Японские СМИ, в частности общенациональные газеты, играют значительную роль в процессе формирования внешней политики, а журналистская элита наряду с вершинами «железного треугольника» (партия, бизнес, бюрократия) входит в круги, задающие направление государственной политике Японии на международной арене.

Литература

1. Вербицкий С.И. Некоторые аспекты формирования и выработки внешней политики послевоенной Японии: научно-аналитический обзор. – М., АН СССР, ИНИОН, 1979
2. Сеферова М.В. Современная печать Японии, М., 2006
3. Соловьев А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации. М., 2002

4. Круговых И.Э. Процесс формирования и осуществления внешней политики Японии (70-80-е гг). Канд. диссерт., 1982
5. Krauss E. S. Breaking Boys' Club //The Harvard Asia Pacific Review, Vol.3, Issue 2, 1999
6. Нихон-но дзёхо сангё (Индустрия информации Японии). Токио, 2000
7. База данных информационной группы Асахи <http://database.asahi.com/library/main>
8. База данных информационной группы Ёмиури www.yomiuri.co.jp