

Образ деловой России в испанских средствах массовой информации

Хижняк Вероника Николаевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
иностранных языков и регионоведения, Москва, Россия

E-mail: Nicky9688@mail.ru

Цель данного исследования - изучение образа деловой России в испанских средствах массовой информации. Тема является актуальной, так как торгово-экономические отношения России и Испании активно развиваются при стабильном товарообороте в 11 млрд евро (2) и все еще имеют огромный потенциал (1). Кроме того, исследование способно повлиять на не до конца сформировавшийся имидж страны (3) в целом.

За период с сентября 2013 года по февраль 2014 года была проведена сплошная выборка, и было выявлено 48 статей для анализа, опубликованных в испаноязычных изданиях и на информационных порталах, среди них «Española Rusa» (8), «El País» (7), «El Mundo» (6), «Banesto Comercio Exterior» (4), «Diario de avisos» (5), «Rusopedia» (9).

При анализе прессы ставились следующие задачи: выделить особенности бизнес-среды в России по мнению испанских журналистов (правила ведения переговоров, наиболее благоприятные регионы и т.д.); охарактеризовать отношения между государством и сферой предпринимательства в России; выявить персонифицированный образ российского бизнеса в испанских СМИ.

В результате проведенного исследования были сделаны следующие выводы. Во-первых, отмечается большой интерес испанских средств массовой информации к современному положению российского бизнес-сектора: освещается потенциал различных регионов для внешних инвестиций (4), создаются рейтинги, публикуются данные о самых влиятельных предпринимателях страны или самых успешных компаниях (8), особое внимание уделяется укреплению испано-российских деловых связей.

Во-вторых, становится ясно, что с точки зрения испанских средств массовой информации взаимоотношения между бизнес-сектором и российским государством разнонаправленные. Статьи, освещающие сотрудничество между правительством и частными предприятиями, чередуются с информационными сообщениями, демонстрирующими давление российского госаппарата (6). Кроме того, подавляющее число источников по данному вопросу связано с газо- и нефтедобывающей промышленностью, то есть именно эта сфера привлекает наибольший интерес у населения Испании (8).

На основе проанализированных испаноязычных источников, образ деловой России представляется следующим. Во-первых, он персонифицирован «олигархом Р.Абрамовичем» (7), О.Тиньковым и «бедным М.Ходорковским» (6). Последний в большей степени предстает для них в роли бывшего заключенного, потерявшего свою компанию, поэтому уже не имеет прямого отношения к бизнес-среде. А вот два других «дона Миллиардо» (6) приобретают более четкие черты, воплощая в себе особенности российской бизнес-среды. Так, они наверняка одеты в дорогие дизайнерские костюмы и носят обувь в идеально начищенном состоянии (4). На переговорах они ведут себя свободно, по-дружески, и предпочитают неформальное общение соблюдению строгого церемониала. Однако решения, принятые во время таких переговоров, приобретают силу лишь после подписания последующего договора (4). Также они демонстрируют две противоположные системы отношений между государством и предпринимательством в России. Так, Р.Абрамович представляется бизнесменом, которому оказывается поддержка со стороны правительства, так как его основная

сфера деятельности - нефтегазовая промышленность, базовая для экономики страны (8). Следовательно, совместные проекты между его частным предприятием и правительством довольно частое явление. В то время как О.Тиньков может выступать в роли предпринимателя, чей бизнес страдает от новых поправок, вносимых государством, иллюстрируя подобные ситуации, которые также отмечаются иностранными журналистами. Более того, и Р.Абрамович, и О.Тиньков могут воплощать образ российских предпринимателей, инвестирующих средства в туристический сектор экономики Испании (5), демонстрируя так успешность экономических отношений России и Испании.

Анализ выбранных публикаций помог рассмотреть бизнес-сектор России с разных сторон и определить его характерные черты по мнению испанских средств массовой информации.

Источники и литература

- 1) Астахова Е. Россия и Испания: модернизация образов // Вся Европа и Люксембург. №4(54). [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – М., 2011. – Режим доступа: <http://www.alleuropa.ru/rossiya-i-ispaniya-modernizatsiya-obrazov>
- 2) Обзор о состоянии и перспективах развития торгово-экономических отношений Испании и России по состоянию на 2013 год// Портал внешнеэкономической информации. [Электронный ресурс]: Министерство экономического развития Российской Федерации. – Электрон. дан. – Москва, 2014. – Режим доступа: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/es/es_ru_relations/es_ru_trade/
- 3) Яковлев П.П. Имидж России в Испании: главные тенденции // Фонд исторической перспективы. [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – М., 2014. – Режим доступа: http://www.perspektivy.info/rus/desk/imidzh_rossii_v_ishpanii_glavnyje_tendencii_2010-10-21.htm
- 4) Banesto comercio exterior: <http://comercioexterior.banesto.es> (2 статьи за период с сентября 2013 по февраль 2014 гг)
- 5) Diario de avisos: <http://www.diariodeavisos.com> (2 статьи за период с сентября 2013 по февраль 2014 гг)
- 6) El Mundo: <http://www.elmundo.es> (4 статьи за период с сентября 2013 по февраль 2014 гг)
- 7) El País: <http://elpais.com> (12 статей за период с сентября 2013 по февраль 2014 гг)
- 8) España Rusa: <http://www.espanarusa.com> (27 статей за период с сентября 2013 по февраль 2014 гг)
- 9) Rusopedia: <http://rusopedia.rt.com> (1 статья за период с сентября 2013 по февраль 2014 гг)

Слова благодарности

Хотелось бы сказать слова благодарности моему научному руководителю, Татьяне Анатольевне Тарабановой, которая всегда оказывала мне помощь во время написания данной работы.