

Медиаобраз Китая в СМИ США в период президентства Б.Обамы и Д.Трампа (на примере ситуации в Южно-китайском море)

Научный руководитель – Репина Екатерина Анатольевна

Щенёва Тамара Владиславовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра информационного обеспечения внешней политики, Москва, Россия

E-mail: tom-tom1996@bk.ru

США и Китай являются ключевыми игроками на международной арене, оказывающими влияние на всю архитектуру безопасности в АТР и мировой экономической системы в целом.

Не вызывает сомнений, что роль информационного пространства все более становится значимой, символы и формы становятся объектами массовой культуры, удобными для «потребления». Медиаобраз позволяет представить систему представлений в сжатом виде, воздействовать на граждан. В эпоху глобализации зарубежное общественное мнение начинает играть еще большую роль в продвижении национальных интересов и проведении внешнеполитической деятельности.

Основными методами исследования являются ивент- и контент-анализ. Перед автором стоят следующие задачи: рассмотреть основные понятия имидж и образ, в том числе медиаобраз и механизмы его создания, а также выявить различия между медиаобразом Китая в СМИ США в период президентства Б.Обамы и Д.Трампа в различных сферах (безопасность, экономика, общество и культура). Они проистекают из цели работы. Несмотря на то, что цель исследования состоит в проведении анализа медиаобраз Китая в СМИ США в период президентства Б.Обамы и Д.Трампа, **в данном выступлении автор рассмотрит отдельный эпизод - медиаобраз Китая в связи с ситуацией в Южно-китайском море на протяжении указанного периода.**

Эксперты отмечают, что «образ» - это порождение стихийно складывающегося восприятия, которое не подвергалось целенаправленным действиям со стороны какого-либо объекта, имеет противоречивый характер, конечная цель не задается, средства не выбираются, не стабилен. В то же время «имидж» - «целесообразно и программно конструируемая категория» [7]. «Имидж» и «бренд» близкие понятия, однако последний имеет отличительные черты: всегда позитивен, тесно связан с визуализацией, предполагает цену [3].

Исследователи определяют «медиаобраз» как образ реальности, транслируемый массовой аудитории через СМИ, как группа представлений и эмоций, вызванных информацией в средствах массовой информации [2]. В узком значении медиаобраз создается непосредственно журналистами, который экстраполирует их опыт, взгляды, политические предпочтения; в более широком смысле - «образ реальности, конструируемый во всех текстах, созданных в медиапространстве» [2]. Представляет собой неструктурированное и спонтанное создание реальности в рамках общения информации из медиа и аудитории.

Медиадискурс американской прессы разделяют по следующим тематикам: экономика Китая, военная мощь Китая, идеология Китая и нарушение прав человека [5]. Указывая на мощь и все более набирающей скорость в развитии Китая, США стремятся представить эти процессы опасными с точки зрения негативных последствий, равно как и ошибки во внутренней и внешней политике Пекина [1].

Стоит отметить, что в медиадискурсе доминируют такие выражения в отношении Китая как претендует, противодействовать, «агенты Пекина». Не желая терять прежние по-

зиции, Соединенные Штаты продолжают курс на «сдерживание» [9] (counterbalance) Пекина, который не прекращал наращивать военный потенциал и не отказывался от претензий в Южно-Китайском море. В 2014 г. КНР выдвинула нефтяную платформу для бурения в спорный район Парасельских островов, на который претендует также Вьетнам, в сопровождении значительной флотилии. Такого рода действия, столь откровенно нарушающие статус-кво, были впервые [4]. США были очень обеспокоены размещением китайских ракетных установок на о.Хайнань. В 2016 г. число островов с размещенными там китайскими зенитными и противоракетными системами стало равно семи. Еще до избрания госсекретарем США Рекс Тиллерсон заявил, что Китай необходимо отрезать от искусственно созданных островов в ЮКМ, запретить к ним доступ. На практике данную идею Соединенные Штаты пытаются осуществить с помощью авианосной ударной группы.

Принципиальность сторон обуславливает сохранение противоречий и соперничества в военно-политической сфере, что приводит к увеличению милитаризации Азиатско-Тихоокеанского региона. Подтверждением являются заявления Франции и Великобритании. Обе страны, являющиеся постоянными членами Совета Безопасности ООН, выступили с заявлениями о поддержке плана США по расширению своих операций, которые отвечают идее свободы судоходства, с целью противодействия наращиванию военной мощи Пекина в регионе. Также оспорили его позицию, территориальные споры в ЮКМ должны быть вопросом, касающимся только Китая и азиатских соседей [8].

Исследование показало, что медиаобраз Китая представляется могущественной державой, угрожающей территориальной целостности азиатских соседей и способной захватить острова. События в Южно-китайском море остаются вызовом в контексте двусторонних отношений, который грозит стать глобальной проблемой.

Дальнейшее исследование медиаобраза Китая не ограничивается только ситуацией в Южно-китайском море, в целом будет затрагивать тему экономики и безопасности, в том числе ситуацию на Корейском полуострове.

Источники и литература

- 1) Аутова Ф.Х. Голик М.Я., Долгополов В.А. Оценка взаимного восприятия США и КНР на основе контент-анализа СМИ // Вестник РУДН. Серия: Международные отношения. 2015. №3. С. 177-184.
- 2) Галинская Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ. 2013. №11 (160). С. 91-94.
- 3) Гравер А.А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2012. №3 (19). С.29-45. Локшин Г.М. Южно-Китайское море: Острова раздора // Азия и Африка сегодня. М., 2015. № 9. С. 1-8.
- 4) Локшин Г.М. Южно-Китайское море: Острова раздора // Азия и Африка сегодня. М., 2015. № 9. С. 1-8.
- 5) Сорокина О. Н. Тематическая структура мас-медийного дискурса США о Китае // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2011. №5. С.96-101.
- 6) Семененко И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис. Политические исследования. 2008. № 5. С. 7-18.
- 7) Шишкина, М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М. А. Шишкина. СПб.:Изд-во С.-Петербур. университета, 1999. 444с.

- 8) France, Britain to sail warships in contested South China Sea to challenge Beijing South China Morning Post. 4 Juny 2018. URL:<https://www.scmp.com/news/china/diplomacy-defence/article/2149062/france-britain-sail-warships-contested-south-china-sea>
- 9) Military Competition in Pacific Endures as Biggest Flash Point Between U.S. and China. The New York Times. 14 November, 2018. URL:<https://www.nytimes.com/2018/11/14/world/asia/usa-china-trade-pacific.html?rref=collection%2Ftimestopic%2FSouth%20China%20Sea>