

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

АБУКИНА Евгения Владимировна

Формирование имиджа государства в современном иновещании

Профиль магистратуры – «Международная журналистика»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель –
кандидат политических наук,
ст. преподаватель Е. С. Георгиева

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2016

Оглавление

Введение.....	3
Глава I. Иновещание в международном социокультурном пространстве...7	7
1.1. Основные этапы развития международного вещания.....7	7
1.2. Иновещание в традициях России, США и Великобритании.....12	12
1.3. Иновещание и новые технологические платформы в XXI веке.....	21
Глава II. Имидж государства в дискурсе средств массовой коммуникации.....	38
2.1. Теоретические подходы к изучению понятия «имидж».....38	38
2.2. Базовые конструкции формирования имиджа государства средствами массовой коммуникации.....	52
2.3. Россия XXI века: особенности внутреннего и внешнего имиджа	58
Глава III. Способы формирования имиджа государства международными телекомпаниями России, Великобритании и США.....62	62
3.1. Формирование информационной повестки дня в современных условиях.....	62
3.2. Освещение российской действительности телеканалами CNN, BBC World и RT.....	68
3.3. Эффективность формирования имиджа государства современными международными телеканалами.....	90
Заключение.....	98
Список литературы.....	104
Приложения.....	106

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Глобальные политические и общественные изменения последних лет привели к кардинальной трансформации роли различных государств на мировой арене. Информационное сопровождение военных конфликтов и обострений, а также внешней и внутренней политики разных стран заметно усилилось, так же как и полярность освещения событий различными телеканалами. Вследствие этих и других причин многие специалисты, исследователи и журналисты заявляют об открытой мировой информационной войне, которая с течением времени ужесточается в отдельно взятых странах по различным причинам.

Особенно актуальным в контексте усиливающегося политического разделения принципиальных позиций относительно глобальных проблем, стал вопрос формирования имиджа государства в современном инновационном вещании. В работе над медиа образом неизбежно возникает вопрос о журналистской задаче и конструктивности подачи информации под тем или иным углом, а также с различными комментариями и аргументами. Для того чтобы оценить профессионализм и журналистскую этику в международном контексте, а также определить эффективность формирования определенного имиджа государства, исследователь обращается к осмыслению структуры вещания и редакционной политики телеканалов на примере Cable News Network, British Broadcasting Corporation и Russia Today.

Научная новизна и практическая значимость исследования состоит в выявлении эффективности современных способов формирования имиджа государства посредством международных средств массовой информации и коммуникации и оценке значения данного процесса в контексте международного информационного обмена.

Объектом исследования является современное иновещание (на примере каналов CNN, BBC, RT). **Предметом** исследования стал имидж государства и способы его формирования телевизионными каналами.

Цель исследования заключается в выявлении способов формирования имиджа государства современным иновещанием.

Для достижения цели в рамках исследования были поставлены следующие **задачи**:

- определить понятие «иновещание» в современном социокультурном пространстве;
- проследить историю возникновения и развития иновещания в традициях США, Великобритании и России;
- изучить теоретические подходы к изучению понятия «имидж»;
- рассмотреть имидж государства в дискурсе средств массовой информации;
- определить международную информационную повестку дня в современных условиях;
- проанализировать материалы международных телеканалов CNN, BBC, RT на предмет освещения российской тематики;
- сравнить способы формирования имиджа России международными телеканалами.

Теоретическая база исследования включает в себя работы по теории журналистики, теории коммуникации, истории журналистики, психоанализа, социологии, социальной психологии и политической пропаганды. Основную роль в формировании исходной теоретической концепции сыграли исследования И. М. Дзялошинского, В. В. Орловой, А. А. Шереля, Ю. М. Лотмана, С. А. Михайлова, И. Ф. Симоновой, С. Г. Кара-Мурза. Исследователь также обращался к аналитическим материалам журналистов газет «Коммерсант», The New Times, «Русской службы BBC» и других СМИ.

В основу **методологической базы** исследования были положены общенаучные (исторический метод, теоретический анализ, систематизация) и

культурологические методы (компаративный метод). В процессе работы с эмпирическим материалом мы обратились к таким методам, как контент-анализ, сравнительный анализ, экспертное интервью.

Эмпирическую базу исследования составили материалы трех крупных международных телеканала – CNN, BBC и RT. Хронологические рамки исследования охватывают период с 1 сентября 2015 г. до 31 апреля 2016 г., автором были проанализированы более ста видеоматериалов (новостные программы, интервью, репортажи, короткие новостные сообщения, информационно-аналитические программы, прямые включения).

Структура магистерской диссертации обусловлена поставленными целью и задачами и состоит из введения, трех глав, девяти параграфов, заключения и списка использованной литературы и приложений.

Первая глава посвящена изучению понятия «иновещание», определению ключевых этапов развития международного вещания в традициях США, Великобритании и России, исследованию роли новых технологических платформ в развитии современного иновещания и осуществлении международного информационного обмена.

Вторая глава направлена на изучение теоретических подходов к определению понятия «имидж». Автор также исследовал базовые конструкции формирования имиджа государства средствами массовой коммуникации и проанализировал актуальный образ России, сложившийся внутри страны и за ее пределами. Особый акцент поставлен дифференциации понятий «медиа-образ» и «имидж».

Третья глава посвящена исследованию эмпирического материала магистерской диссертации, на базе которого автор сделал выводы об актуальной информационной повестке дня, особенностях освещения российской действительности телеканалами CNN, BBC и RT, а также выявил способы формирования имиджа России международными телеканалами.

Для конструктивного анализа эффективности формирования имиджа России современным иновещанием, автор интервьюировал экспертов на

предмет оценки деятельности телеканалов CNN, ВСС и RT.

Основное положение, выносимое на защиту: важнейшей характеристикой работы международных журналистов сегодня стало сохранение объективного взгляда на происходящие события, вне зависимости от политических задач каждого государства. Информационное противостояние во многом провоцирует усиление контроля работы иновещательных структур и выстраивание определенного имиджа страны.

ГЛАВА I. ИНОВЕЩАНИЕ В МЕЖДУНАРОДНОМ СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

1.1. Основные этапы развития международного вещания

Иновещание, изначально зародившееся на радиоволнах и широко распространившееся на телеэкранах и в Интернете, как и век назад ориентирует свои материалы для слушателей и зрителей зарубежных стран. Регулярные передачи на разных языках по сути своей должны выполнять, в первую очередь, пропагандистскую функцию, что неудивительно. С момента изобретения, радиовещание, ставшее основоположником международной журналистики в том виде, в котором мы имеем ее сейчас, использовалось в целях мировой политической борьбы. В период противостояния двух держав - Советского Союза с его железным занавесом, а позже в период так называемой «перестройки» и Соединенных Штатов Америки с идеалами демократического общества (чьи основополагающие идеи шли вразрез с коммунистическими и социалистическими понятиями), каждая противоборствующая сила старалась склонить на свою сторону любого, кто услышит новости из радиоприемника. Едва ли мы и сегодня можем говорить об объективной подаче информации через международные каналы распространения. Пропагандистская функция, даже с учетом просветительской составляющей, налаживания взаимоотношений между странами и другими целями, которыми задаются международные СМИ, подразумевает определенные приемы, которые зачастую исключают возможность подавать взвешенные факты и разносторонне рассматривать глобальные и локальные проблемы.

Термин «иновещание» содержит в себе два понятия - «иностранный» и «вещание». Вещание, согласно энциклопедическому словарю СМИ, это процесс распространения информации средствами радио- или телевизионной техники, который подразумевает одновременный прием данных из передающего центра в индивидуальные устройства. Т.е. в любом

случае, это публичное распространение сведений, которые доносят до потребителя¹. Синонимы, наиболее часто употребляемые и в специальной литературе, и в СМИ, и в СМК - «вещание на зарубежные страны» и «зарубежное вещание».

С момента изобретения беспроводной связи (в разных странах эту заслугу приписывают Г. Маркони, Н. Тесла, М. Лумису, Д. Хьюзу и т.д., в России традиционно создателем считают А.С. Попова) расстояние, на котором могли передаваться данные, неизменно росло. Сегодня весь мир в непрерывном потоке информации охвачен радиоволнами, телесигналами и сетью Интернет, которая все больше выходит на передний план. Первые передачи, транслировавшиеся между континентами, постепенно приобретали главное, что необходимо для существования и развития международной журналистики - массовую аудиторию. Радиовещание стремительно охватывало регионы, от Европы до Латинской Америки, и стало конкурировать с периодикой, которой прочили скорый конец. Со временем, появившиеся частная модель вещания и общественные корпорации, рекламные программы и мн.др. преобразовали передачи. При этом печатные издания никуда не исчезли, крупнейшие газеты мира остаются на бумаге, поскольку аудитория газет и Интернета практически не пересекается между собой. Необходимо отметить, что периодические издания также вслед за веянием времени переносят свои материалы на официальные сайты, посещения которых измеряются миллионами пользователей. Однако реклама на бумаге, как утверждала главный редактор журнала New Times Евгения Альбац, стоит в 7 раз больше, чем в Интернете.

Аудитория иновещательных средств массовой коммуникации делится на следующие категории:

- Экспарианты - выдворенные за пределы государства люди, зачастую лишившиеся гражданства своей географической родины. Экспатриация была

¹Энциклопедический словарь СМИ. Вещание // Академик [Электронный ресурс]. URL: <http://smi.academic.ru/49/Вещание> (дата обращения: 03.03.2016).

особенно характерна для стран с тоталитарным режимом, в том числе и из Советского Союза миллионы людей уезжали в поисках лучшей жизни;

- Экспаты - иностранные специалисты, проживающие за пределами своей родины. Эти люди уезжают и за лучшей жизнью, и из желания реализовать свой трудовой потенциал в государствах, где зачастую для этой цели больше технических, законодательных и иных возможностей, нежели в родной стране. Как правило, это специалисты, чьи знания и навыки имеют высокий профессиональный уровень;

- Радиолюбители - люди, увлекающиеся прослушиванием радиостанцией;

- Сотрудники разведки и агенты, контролирующие контент передач и характер инновещательной информации;

- Правительственные чиновники;

- Журналисты;

Средства достижения аудитории также делятся на несколько категорий и видов. Со времен изобретения радиовещания они усовершенствовались, однако мы перечислим все возможные пути передачи информации в другие страны:

- Длинноволновые и средневолновые станции (надёжный охват слушателей, которые находятся в непосредственной близости от вещателя);

- Коротковолновое радио (аудитория на расстоянии более, чем 1000 километров от передатчика. Однако в этом случае сигнал может не проходить из-за метеорологических условий);

- Местные радио- и телестанции;

- Цифровое аудио вещание (использовалось в 1990-х в Европе и США. Метод предназначен для слушателей-автомобилистов, однако охватывает небольшую часть аудитории);

- Телевидение (международное радиовещание через телевизионные каналы берет начало в Северной Америке 1980-х. CNN технически стал первым круглосуточным телеканалом, передающим новости);

- Интернет-вещание (популярно в современных технологических условиях. Например, Швейцарское Международное радио отказались от вещания на коротких волнах в пользу вещания в интернете, также BBC World Service не вещает на коротких волнах в отдельных регионах, используя местные радиостанции, интернет-вещание и спутниковое вещание);

- Интернет-сайты (самый привычный пример - YouTube, которым пользуются многие международные телекомпании, в том числе и Russia Today. Телеканалы выкладывают материалы и соревнуются в количестве просмотров пользователями. Однако, зачастую, многие критикуют такой способ измерения эффективности иновещания, поскольку на сайтах содержатся не только новостные, но и развлекательные материалы. Именно они и составляют львиную долю просмотров);

Кроме того, если выделить конкретно радиовещание, также существуют пиратские и номерные радиостанции. Самым распространенным способом вещать, невзирая на букву закона в 1960-х стали трансляции с судов, находящихся в международных водах. Так работали Radio Caroline (вещала британскую рок-музыку) у берегов Великобритании, «Радио Вероника» (передавала рекламу продавцов розничной торговли) у берегов Голландии и т.д. Пиратские радиостанции были популярны, однако довольно жестко преследовались, поскольку правительства стран опасались политической пропаганды, которую могли передавать на волнах. При этом, даже после того, как появилась возможность свободно открывать коммерческие радиостанции, пиратская деятельность не прекратилось. Например, 9 марта этого года прокуратура казахстанского города Темиртау заявила, что обнаружила пиратское радио на частоте в диапазоне 104,4 FM. Контент данного канала - песни с ненормативной лексикой².

Номерные, обычно коротковолновые радиостанции, предположительно используются для односторонней связи с агентами разведки и шпионами

²В Темиртау ищут пиратскую радиостанцию // Computerworld [Электронный ресурс]. URL: <http://www.computerworld.kz/news/9877/> (дата обращения: 07.04.2016)

путем передачи зашифрованных сообщений (азбука Морзе, шифр Вернама, набор чисел, букв или слов, которые зачитывает диктор либо компьютер). О принадлежности этих станций нет достоверной информации, поскольку ни одно правительство в мире не признало их деятельности. Принято считать, что номерные радиостанции работают со времен Первой Мировой войны. В 1998 году ежедневная британская газета Daily Telegraph опубликовала статью, где анонимный источник из Министерства торговли и промышленности Великобритании заявил, что номерные радиостанции - именно такие, как о них рассуждают и информация, передаваемая этим путем, не предназначена для общественного потребления³. В 1998 году сотрудники американских спецслужб смогли сделать копию программы номерной кубинской радиостанции «Atención», которую официально обвинили в шпионаже. Однако не только правительственные структуры могут использовать номерные радиостанции - зашифрованные послания также в интересах нелегальных и преступных организаций, поскольку это надежный способ передачи данных на любое расстояние.

Научное сообщество единогласно называет радио основоположником международного вещания. Во многих словарях, в том числе в «Большой Советской Энциклопедии» термин «иновещание» трактуется именно как радиовещание. Основная отличительная особенность этого способа передачи и получения данных от тех же печатных изданий, которые распространяют сведения между государствами уже несколько веков, именно в практически мгновенной скорости передачи данных. А.А. Шерель делит историю развития международного радиовещания на три основных этапа:

1. С конца 1920 г. по начало 1940-х гг. - время противостояния нацистской пропаганды и информации, которую распространяли страны антигитлеровской коалиции;

³ Counting spies // Salon [Электронный ресурс]. URL: http://www.salon.com/1999/09/16/numbers_2/ (дата обращения: 24.03.2016)

2. Вторая половина 1980-х гг. и начало 1990-х гг. - время «холодной войны» и борьбы капитализма и социализма, как на внешнеполитической арене, так и в радиозэфире;

3. Конец XX в. и новейшее время⁴;

Для каждого этапа характерные свои приемы подачи информации, также различается степень популярности радиопередач, способов получения данных слушателями, роль журналистов и т.д.

Определив суть понятия «иновещание», этапы становления радиовещания, способы передачи информации с помощью радиоволн, аудиторию программ и классифицировав виды радиостанций, мы приходим к следующим выводам: радиовещание стало основой массовой международной журналистики и заложило основные принципы работы этой сферы. Поскольку в данном исследовании будет проведен сравнительный анализ иновещательных материалов трех стран - России, США и Великобритании, необходимо проследить индивидуально этапы и особенности становления международного вещания каждого из перечисленных государств.

1.2. Иновещание в традициях России, США и Великобритании

История развития международного радиовещания в трех выбранных странах отражает общие мировые тенденции становления журналистики в масштабе всей планеты. Пройдя долгий путь от освоения технических составляющих до охвата большей части государств Земли информационным потоком, иновещание стало своего рода отражением не только общемировой обстановки (различные политические силы, режимы, происшествия, изобретения и т.д.), но и каждого государства в частности. Журналисты, чьи

⁴ Под редакцией профессора А.А.Шереля. Радиожурналистика // Издательство Московского университета: 2000 г. - с.46

материалы доступны зарубежным читателям, формируют имидж своей страны и представляют ее в том или ином свете в зависимости от множества различных факторов. Среди них важнейшими являются качество и полнота подачи информации, изложенные точки зрения и комментарии, критика в адрес других государств и т.п. Для проведения исследования эффективности формирования имиджа государства в современном иновещании Великобритании, США и России, необходимо изучить историю становления международной журналистики в каждой выбранной стране.

- Становление иновещания в Великобритании неразрывно связано с Британской вещательной корпорацией (BBC). Ежедневное радиовещание было организовано в Лондоне в декабре 1922 года и распространилось в других городах страны. Вещание на другие государства из Лондона началось в 30-е годы. Изначально целью передач было поддержание связи с гражданами Великобритании, находящимися в других странах. В 1932 г. была создана «Имперская служба BBC», она занималась вещанием на Западную и Южную Африку, Индию, Канаду и Австралию. Основным контентом программ были события внутренней и внешней политики Великобритании, а также исторические и традиционные особенности страны. Вещание первоначально велось на английском языке, затем появился контент на немецком, французском, итальянском и других языках. Развивались различные подразделения корпорации – «Европейская служба», «Арабская служба». К началу Второй Мировой войны BBC вела передачи на 39 языках.

Развитие британского радиовещания в международном масштабе заложило основы мирового иновещания. Английская система основывалась на качественной технике, станции были размещены, помимо британских островов, также в Новой Зеландии, Индии, Канаде, Австралии, Гонконге и в других городах и странах.⁵ Также одной из основных особенностей работы BBC стал общественный характер вещания. Т.е. компания существовала не на

⁵ Под редакцией профессора А.А.Шереля. Радиожурналистика // Издательство Московского университета: 2000 г. - с. 403

государственные средства. Деньги, на которые создавались программы, собирали с радиослушателей, а не зарабатывали с помощью рекламы. Таким образом, британская модель общественного вещания, наряду с американской (коммерческой), стала одной из основных в мире. Позже, другие страны, налаживая собственное зарубежное вещание, ориентировались именно на эти две модели, делая выбор в ту или иную пользу. Юридическим документом-основой BBC стала Королевская хартия, опубликованная 1 января 1927 г. В ней были прописаны роли членов Совета попечителей, которые должны были следить за деятельностью корпорации, в особенности за тем, чтобы журналисты работали на благо общества и были независимы даже от правящей партии государства.

Во времена Второй мировой войны BBC приняло «боевое крещение» и приобрело имидж надежного источника информации, поскольку широкая информационная кампания, развернутая корпорацией, предоставляла объективную и достоверную информацию и эффективно боролась против общего врага вместе с союзниками по антигитлеровской коалиции⁶. Широко использовал возможности радиовещания и Уинстон Черчилль⁷, будучи еще премьер-министром Великобритании. Корпорация также организовала диверсионную радиостанцию «Густав-Зигфрид», вещавшую с территории Германии, на волнах которой передавались данные, полученные с помощью радиоперехвата. Именно во время войны, уже после освоения технической стороны вещания, стала понятна сила радионного слова в противостоянии идей и войск. Информационная война велась так же «по всем фронтам», как и наступления армий. Тогда же были организованы передачи о воздействии вражеской пропаганды, которые транслировались всеми радиостанциями, вещавшими для зарубежных слушателей. Передачи BBC сыграли важную

⁶ Под редакцией профессора А.А.Шереля. Радиожурналистика // Издательство Московского университета: 2000 г. - с.421

⁷ Кораблева В.Ю. Би-Би-Си как орудие пропаганды и контрпропаганды во Второй Мировой войне // - М.: Вестник Московского государственного лингвистического университета, 2011.

роль в противостоянии итальянской фашистской пропаганде на Ближнем и Среднем Востоке – программы, которые включали и информацию, развлекательный и религиозный контент, приобрели популярность, поскольку население арабских стран в те годы было неграмотным и радио было одним из основных источников информации⁸.

Многие приемы пропаганды и психологического воздействия на слушателя были отработаны именно в непростые военные годы, когда в этом была особенно острая необходимость. BBC активно работало над так называемым адресным вещанием - журналисты радиостанций говорили на 45-ти языках (к 1943 году), количество информации и объемы вещания варьировались в зависимости от мировой обстановки, тщательно проверялся контент, часами повторялись важные новости.

Передачи из Лондона на русском языке вышли в эфир в 1941 году, однако тогда в Советском Союзе радиоприемников было крайне мало, поскольку граждане сдавали их на хранение по распоряжению правительства. Регулярное вещание на русском организовали к марту 1946 года, по сути, это дата образования «Русской службы BBC». Несмотря на общего врага и сотрудничество с СССР, контент передач фильтровали тщательно, дабы не восхвалять коммунистический режим. Также при создании программ и использовании материалов зарубежных радиостанций и СМИ британские журналисты делали упор на факты, избегая оценочных выражений или аналитики. В послевоенные годы и в период холодной войны британскую радиостанцию стали глушить на территории Советского Союза. Глушение продолжалось вплоть до 1987 года, тогда в разгар перестройки и BBC, и «Голос Америки» снова начали свободно транслировать передачи. 80-е и 90-е ознаменовались новым этапом развития иновещания.

Современное BBC – крупнейшая иновещательная организация, которая идет в ногу со временем и постепенно сокращает вещание на коротких

⁸ Под редакцией профессора А.А.Шереля Радиожурналистика // Издательство Московского университета: 2000 г. - с.389

волнах и переходит в сеть Интернет. Основной контент радиопередач – новости, внутренняя и внешняя жизнь Великобритании, научные и другие актуальные темы. Всемирная служба BBC сегодня – это служба иновещания с общественным статусом, которая, тем не менее, соответствует политическим ориентирам государства в целом. Примечательно, что сегодня «Русская служба BBC» и журналисты, работающие в компании на радио, ТВ и в Интернете, держат связь и с российскими журналистами, которые периодически «сливают» информацию, которую хотят опубликовать, но понимают, насколько опасно это делать от своего имени.

Таким образом, проследив историю становления и развития британского иновещания, можно сделать следующие выводы – корпорация BBC стала одной из основоположников международной журналистики и по сей день является одной из самых уважаемых журналистских компаний, имеет имидж непредвзятого поставщика качественной информации, которая при этом отвечает интересам британской политики.

- Становление иновещания в Соединенных Штатах Америки прошло через этапы экспериментов и изучения возможностей коротковолнового вещания, к которому поначалу относились с серьезной долей скепсиса. Международным вещанием поначалу занимались частные организации. Попытки передавать информацию на ближайшие страны - Канаду и Латинскую Америку, предпринимались в 30-х годах и здесь снова ведущую роль занимали коммерческие компании, такие как «Коламбия бродкастинг систем», «Нэшнл бродкастинг компани» и «Кросли корпорейшн». Они не только распространяли информацию, но и заключали договоры с местными станциями. Началом иновещания в США А.А. Шерель называет период между 1935 и 1938 гг.⁹, образованная «Радио корпорацией Америки» NBC вещала 16 часов в день, дикторы готовили специальные программы на шести языках. Позже Федеральная комиссия связи расширила вещание в связи с

⁹ Под редакцией профессора А.А.Шереля. Радиожурналистика // Издательство Московского университета: 2000 г. - с.78

усилившимся натиском информации из фашистской Германии, Италии и Японии.

В начале Второй Мировой правительство США объединило 11 частных радиостанций, передававших информацию на коротких волнах, преобразовав их в единую базу для внешнеполитического вещания. В 1942 году под контролем властей государства заработала станция «Голос Америки», которая провозгласила своей целью говорить об Америке и войне, а также говорить правду, вне зависимости от обстоятельств. Станция создавалась для эффективной борьбы с нацистской пропагандой, контент «Голоса Америки» был полностью продуман и согласован с правительством США. Примечательно, что программы этой радиостанции были не предназначены для американских граждан - запрет от пропаганды собственного производства был снят лишь в 2013 году¹⁰. Русский отдел «Голоса Америки» открылся в 1947 году и во времена холодной войны советские власти активно глушили передачи данной радиостанции. Тем не менее, граждане СССР (в особенности негативно настроенные в отношении Советской власти граждане и молодежь, интересовавшаяся западной музыкой) умудрялись сквозь помехи слушать так называемые «вражеские голоса», чтобы узнавать о реальном положении дел в мире. По данным отдела пропаганды ЦК КПСС, в 1960 г. в СССР было более 20 млн. приёмников, которые могли принимать зарубежное вещание¹¹.

Ещё одна американская радиостанция, пользовавшаяся популярностью в Советском Союзе в годы холодной войны - «Радио Свобода». Дата основания - 1949 г, начало вещания Русской службы «Радио Свобода» - март 1953 г., финансирование СМИ получало от конгресса США. Примечательно, что не только советские граждане пытались получить информацию из

¹⁰ «Голосу Америки» разрешено вещать в США // Golos-Ameriki [Электронный ресурс]. URL: <http://www.golos-ameriki.ru/content/us-bbg-open/1577452.html> (дата обращения: 23.03.2016).

¹¹ Радиоверсия провалилась // Lenta [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/articles/2011/06/20/radio/> (дата обращения: 23.03.2016).

зарубежных источников. Зарубежные радиостанции, глушившиеся на территории государства, прослушивали и представители власти, которым была необходима информация. Журналисты «Радио Свобода» передавали сведения о фактах советской истории и информацию, которую скрывали официальные СМИ. Ввиду информационного противостояния, представители этой радиостанции подвергались преследованию со стороны советской власти. Например, руководителя киргизского отделения радиостанции Азамата Алтая объявили предателем и диссидентом.

Сотрудничали с радиостанцией такие известные в России люди, как Александр Галич и Сергей Довлатов, в создании передач участвовали Василий Аксенов и Андрей Синявский - на волнах зачитывали их литературные произведения, устраивались дискуссии и т.д. Руководство Советского Союза в свою очередь обвиняло радиостанцию в предвзятом отношении, клевете и стремлении разрушить единство государства и его системы, позже - в антироссийской пропаганде. Глушение «Радио Свобода» прекратилось лишь в 1988 г., однако проблемы с вещанием на этом не закончились, поскольку журналисты в программах делают упор на проблемы с преступностью и правами человека в стране, много внимания уделяется также чеченскому конфликту и непростой ситуации на Северном Кавказе.

Ввиду такого содержания программ, проблемы с вещанием на территории России у радиостанции есть и по сей день. Так, в июле 2006 г. регуляторы предписали прекратить ретрансляцию программ «Радио Свобода» и «Голоса Америки», официально причиной запрета стали лицензионные нарушения. Руководство вещательных служб называли реальной причиной проблем с вещанием претензии к характеру информации, об этом писали в газете *The Washington Post*. Довольно широко в российских СМИ освещалась смена руководства Русской службы - в сентябре 2012 года новым директором назначили Марию Гессен, сотрудников редакции же уволили в полном составе, прекратилось вещание радиостанции в России на средних волнах. В ноябре того же года после принятия нового закона о СМИ,

согласно которому компания, вещающая в российском эфире, не может превышать лимит и иметь более 48% иностранного капитала, «Радио Свобода» полностью перешла в сеть Интернет. И сегодня ретрансляции программ данной радиостанции нет вообще, вещание ведется через спутниковые сигналы, с помощью социальных сетей и сайтов.

Американское иновещание на протяжении истории своего становления и развития отличалось мощностью и эффективностью распространения информации, направленной в радиоприемники других стран. В отличие от международной общественной модели вещания Великобритании, в США гигантскую роль в становлении иновещания сыграли коммерческие частные станции. И если в той же английской модели вещания изначально на первое место ставилось информирование населения, то американская система вплотную связана с рекламным бизнесом и зависимостью радиостанций от доходов. Таким образом, стимулировалась борьба за слушателей, росла конкуренция, наряду с журналистскими развивались развлекательные жанры эфира (шоу, викторины, радио спектакли и т.д.). Тем не менее, иновещание в США развивалось стремительно и эффективно проявляло себя в вопросах распространения информации за рубежом.

- Развитие международной журналистики в России сопровождалось множеством разных трагичных фактов, включая репрессии по отношению к работникам этой сферы. С момента, когда в Советском Союзе осознали важность и возможности радиовещания (что произошло с некоторым запозданием, по сравнению с другими странами), журналистика подвергалась жесточайшей правительственной цензуре и редактированию, согласно социалистической идеологии. Регулярное вещание для зарубежных слушателей началось в 1929 году, подготовкой программ тогда занимался Сектор передач на иностранных языках при Центральном радио¹². Первыми иностранными языками вещания из СССР стали немецкий, затем

¹² Под редакцией профессора А.А.Шереля. Радиожурналистика // Издательство Московского университета: 2000 г. - с.70.

французский и английский. В 1933 году к этому списку прибавились также шведский, испанский, итальянский, венгерский и чешский, тогда же был образован и Всесоюзный комитет по радиофикации и общегосударственная радиовещательная структура.

Накануне Второй Мировой радиовещание для зарубежных слушателей носило пропагандистский характер, воспевались ценности социализма, популяризировалась русская культура, в том числе с помощью таких известных людей, как композитор С.С. Прокофьев, актеров театров, деятелей науки и др. Иновещание времен Великой Отечественной войны естественно было наполнено сводками Советского информбюро, прославлением героизма советских солдат, разоблачением фашистской идеологии и т.д. В военный период значительно выросла скорость передачи данных и смысловая нагрузка программ, поскольку перед иновещанием того времени стояли вполне конкретные задачи пропаганды и контрпропаганды. Количество языков, на которых велось вещание, увеличилось до 21 уже к декабрю 1941 года.

Послевоенный период и время холодной войны ознаменовалось жесткой политикой в отношении информации, поступавшей из-за рубежа, одновременно усиливался поток, направленный на другие государства, пропагандировался коммунистический строй, противостояние западной системе, тщательно отрабатывался образ внешнего врага. Многочисленные западные и европейские радиостанции, вещавшие на Россию, глушили, их принято было называть вражескими или западными радиоголосами. После перестройки и в 90-х общий объем международного вещания из России уже составлял 238 часов в сутки, количество языков увеличилось до 70. И, несмотря на противоречивую объективность и искажения передаваемой информации, российскому иновещанию удалось завоевать огромную мировую аудиторию. В 1993 г., после создания Российской госкомпании «Голос России», резко сократилось финансирования радиовещания, тем не менее, станции удалось сохранить слушателей и остаться крупнейшим поставщиком и распространителем информации в мире.

Таким образом, в истории России инновационное вещание развивалось по третьей модели - государственной. С момента возникновения и на протяжении своей истории становления и развития, международная журналистика на радиоволнах была полностью подконтрольна государственной власти и отвечала требованиям идеологии страны.

Рассмотрев три основные модели развития инновационных радиостанций (общественная, коммерческая и государственная) необходимо подчеркнуть, что все они, так или иначе, продолжили свои традиции в развитии международной журналистики посредством телевидения и Интернета. При этом в современном мире четкие границы этих моделей с каждым днем все более размываются, заимствуя друг у друга различные черты и характерные особенности.

1.3. Иновещание и новые технологические платформы в XXI веке

Прямой эфир, изображение и оперативность сегодня во многом определяют популярность того или иного способа передачи информации. В развитых странах большая часть граждан уже привыкли постоянно находиться в новостном пространстве – информация окружает со всех сторон, с экранов телевизоров, смартфонов, гаджетов и т.д. Тем важнее со временем стала роль международной журналистики, которая, хоть и сохраняет пропагандистские функции, однако, следуя веянию современности, делает это максимально скрытно. В соответствии с демократическими стандартами, а также кодексами отдельно взятых телекомпаний, журналисты обязаны выдавать взвешенные данные, отражающие полную картину происходящих в мире событий (что нередко закреплено в этических кодексах различных медиа компаний, претендующих на роль непредвзято и объективно освещающих события СМК). На деле информационное противостояние стран в последние годы заметно выросло, в особенности на

фоне событий на Украине, западных санкций и российских контр санкций, обострения взаимоотношений РФ с США и Евросоюзом, событий в Сирии, также гораздо заметнее на мировой арене стала роль КНР. Основными способами распространения международной информации сегодня стали телевидение и Интернет.

Международное вещание посредством радиоволн через новостные телеканалы берет начало в 1980-х, первым круглосуточным телеканалом новостей в свое время стал американский CNN (стал доступным в Канаде после запуска). И именно этот медиа ресурс считается одним из первых, кто сделал новости центральным контентом. Сегодня одни из самых популярных телеканалов, освещающих мировые новости – это CNN, BBC World, RT, Euronews, Al Jazeera, CCTV, Bloomberg TV, и т.д.

Телеканалы, ориентированные на зарубежных граждан, вещают на разных языках, в зависимости от масштаба охвата стран и жестко конкурируют между собой за зрителя. Именно поэтому среди основных показателей эффективной работы – оперативное и полное освещение чрезвычайных событий. Для этого в разных странах работают корпункты, где специальные корреспонденты передают эксклюзивную информацию. Острым вопросом зачастую также стоит финансирование, поскольку есть телеканалы, получающие деньги из бюджета государства, а также частные, существующие исключительно на деньги владельцев.

Телекоммуникации вышли на мировой уровень во второй половине XX века, в это время Советский союз запускает в космос спутник, Соединенные Штаты выводят на орбиту систему Telestar, появляются более прогрессивные приспособления для вещания на всем земном шаре¹³. В конце XX века в глобальную сеть коммуникации вошли сразу несколько крупных регионов, среди которых Латинская Америка, страны Африки, Восточной Европы и другие. Информационная революция в XXI веке привела к глобализации

¹³ Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. – М.: 2001. -с.16-18.

практически всех сфер жизни человека, в том числе и инновационных. С прогрессом техники, появлением цифрового и телевизионного вещания, процесс воздействия на аудиторию стал более продуманным. Кроме того, с распространением устройств, способных мгновенно фиксировать и передавать информацию, существенным стало и умение журналистов использовать факты и аргументы в пользу тех или иных целей и доводов, исключительно важно это умение в вопросе формирования имиджа государства. И именно в интерпретации событий зачастую находится тот самый «камень преткновения» - журналисты различных международных телеканалов передают порой совершенно разную информацию с одного и того же места события. В зависимости от поставленной цели происходящее подается определенными способами, которые могут вызвать у зрителей ненависть или симпатию, уважение или страх.

Глобальные телесети считаются ведущими поставщиками информации на мировом рынке масс медиа¹⁴, несмотря на все заявления о том, что сеть Интернет в скором времени свергнет телевидение с этого пьедестала. Телесети создают и распространяют различный контент (новости, аналитические передачи, кинофильмы, музыкальные композиции, рекламу и т.д.). Телеканалы CNN, RT, BBC World, Euronews и другие имеют многомиллионную аудиторию в десятках стран мира. Основные международные телеканалы имеют похожие схемы работы, заложенные еще Тедом Тернером в основу американского CNN - это круглосуточная передача новостей, экстренные выпуски с мест событий в прямом эфире, журналисты в разных точках мира, готовые в любой момент появиться на экране телевизоров и рассказать зрителю о происходящем, специалисты и эксперты, которые подключаются для интервью и разъяснений тех или иных вопросов, выступления первых лиц страны с важнейшими заявлениями и т.д. В

¹⁴ Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. – М.: 2001. - с.15.

глобальном телевидении важны оперативность передачи информации, точность и факты, а также короткие и понятные новости.

Главный контент и трофей всех мировых телесетей - это новости. Точная информация, которую зрители хотят получать мгновенно, вне зависимости от того, где, когда и как происходят события. Новости и факты всегда были одними из важнейших составляющих СМИ, однако сегодня глобальные новости приобрели определенные черты, при этом продолжая эволюционировать в том, что касается форм и содержания:

- экстренные выпуски могут прервать любую передачу;
- новости емкие, краткие и понятные по содержанию, поскольку предназначены для множества зрителей в разных странах;
- по возможности транслируются кадры с места происшествий или выступление журналистов в прямом эфире, которые находятся в центре событий - т.е. многочисленные международные бюро телеканалов в разных странах мира;
- новости должны быть в первую очередь изложением фактов, а не мнений или интерпретаций.

Перечисленные характеристики - идеальная схема создания международных новостей и новостей вообще, которой следуют далеко не все телеканалы и не всегда. Однако это именно тот стандарт, который считается главенствующим в современной журналистике.

В создании и распространении глобальных новостей сложилась тенденция к четкому разделению распространения информации из разных точек Земли. О том, что происходит в странах третьего мира, мы узнаем гораздо реже, нежели о том, что случается в наиболее развитых странах. Образовалось информационное неравенство, и оно влияет, в том числе, на картину мира среднестатистического зрителя и на его интересы. К примеру, телеканал CNN вещает в 212 странах мира и лидирует по охвату аудитории в Европе, на Ближнем Востоке, в Африке и Южной Америке. Euronews охватывает более 150 стран в Европе, Африке, Азии, Австралии, Северной и

Южной Америке, а также на Ближнем Востоке. Аудитория международной службы ВВС, по состоянию на июнь 2009 года, составляет около 188 миллионов человек в неделю, сигнал телеканала ВВС World News доступен более чем в 150 странах мира. Первый независимый арабский телеканал Al Jazeera смотрят 220 миллионов семей в более чем 100 странах мира. Зона вещания RT - более 100 стран в мире. Т.е. в глобальном информационном пространстве лидирует американское и английское вещание, при этом международные европейский, арабский и российский телеканалы охватывают меньшее, примерно одинаковое количество стран.

Выбранные для исследования эффективности формирования имиджа государства международные телеканалы CNN, ВВС World и RT – мировые лидеры по поставке новостей в различных регионах. И каждый имеет свою историю возникновения и развития, репутацию и особенности работы, которые вкратце необходимо обозначить.

- Телеканал CNN принято считать основоположником новостного формата вещания. Круглосуточная поставка информации - такую концепцию предложил и воплотил американский бизнесмен Тед Тернер. Современная корпорация CNN - это новостные кабельные и спутниковые каналы, радиостанции и интернет-сайты, а также зарубежные бюро. Телеканал вещает более чем на 200 стран мира, аудитория составляет больше 2 млрд. человек.

Отправной точкой, которая сделала CNN таким популярным источником новостей и заставила международные телеканалы следовать его образцу, стала бомбардировка в Ираке в 1991 году, освещение операции «Буря в пустыне». Именно журналисты CNN передавали сообщения с места происшествия, информацией и кадрами пользовались политики и другие телеканалы, которые за неимением собственных корреспондентов на полях сражений, были вынуждены транслировать кадры, ссылаясь на Cable News Network.

Какие именно правила работы CNN стали образцом для подражания? Рассмотрим основные принципы, которыми руководствуются журналисты американского телеканала:

1. Исключительность новостей. То, что передают журналисты с места событий должно быть оперативным, точным и важным, в режиме реального времени. Таким образом, зрители всегда уверены, что получают самую свежую информацию.

2. Простой и понятный язык. Правило, которым руководствуются сегодня не только телеканалы, но и радиостанции, и качественные интернет-издания. Язык новостей универсален, текст сообщений логичен и понятен: зритель знает что произошло, где, когда, как, почему и зачем.

3. Информировать, а не рассуждать. В первую очередь новости - это факты, поданные зрителю без приукрашиваний и чужих интерпретаций. Зрителю предложено самому размышлять о происходящем и делать собственные выводы.

4. Гибкая сетка вещания. Новости могут появиться в эфире в любой момент, прервав любую программу.

Все эти принципы привели к появлению так называемого «эффекта CNN» - телезрители оперативно реагируют на новости и начинают оценивать решения властей в зависимости от того, что видят на телеэкранах. Внушительен и список эксклюзивных репортажей, принадлежащих телеканалу: катастрофа космического шаттла «Челленджер», война в Персидском заливе, падение Берлинской стены, путч в Москве и интервью с Горбачевым и Ельциным, выборы президентов США и России в 2000 году и, наконец, теракты в 2001 году. События 11 сентября заставили по-новому взглянуть на информацию, передаваемую в прямом эфире - новости о крупных терактах заставляют зрителей неотрывно следить за развитием ситуации, что выгодно для популярности поставщиков новостей. С другой стороны, такие новости имеют огромный психологический, и не всегда полезный, эффект.

Тед Тернер говорил о своем детище, как об инструменте для добра и справедливости: «Телевизионные новости обладают большой властью, способностью не делать деньги, а оказывать влияние на наше общество... Большинство наших проблем – глобальные, и решить их мы можем только сообща». Репутация телеканала изначально строилась на оперативности освещения событий, мобильных репортерах, эксклюзивной информации. Однако сегодня в свете многих событий и десятилетий, в том числе и смены руководства телеканала, репутация CNN изменилась. Поскольку телеканал зависит от поддержки правительства Соединенных Штатов, CNN стали часто обвинять в благосклонности к определенным темам, людям и точкам зрения. Таким образом, телеканал рассматривают как эталон новостной тележурналистики, однако с «американским» взглядом на происходящие события. Какие-то заявления о предвзятости рассматриваются пристальнее, какие-то выглядят закономерностью:

- Иракские власти выгоняют CNN из Багдада (март, 2003 г.)
- Тегеран запретил журналистам CNN работать в Иране (январь, 2006 г.);
- Медиа магнат Руперт Мердок, глава компании News Corp, обвинил агентство и телеканал CNN в предвзятом отношении к Израилю при освещении палестино-израильского конфликта (ноябрь, 2012 г.);
- Венесуэльский лидер Николас Мадуро пригрозил выслать из страны журналистов американского телеканала CNN, обвинив их в предвзятом освещении протестов (февраль, 2014 г.);

Один из самых ярких «камней преткновения» в вопросе объективности CNN стала война в Ираке и вопрос о роли американских военных и американского правительства в этой войне. Телеканал обвиняли в одностороннем освещении конфликта, искажении информации и т.д. С CNN также зачастую связаны различные казусы, в том числе оговорки телеведущих, неверные сопроводительные тексты и фотографии на экранах, и тому подобные неточности. Так, во время демонстрации сюжета о террористе группировки

«Исламское государство»¹⁵ Джихади Джоне на телеканалах показали фотографию президента Путина, в декабре 2010 года телеканал перепутал видеозаписи, в результате чего новость о протестах против смены часовых поясов на Дальнем Востоке России сопровождалась демонстрацией протестов на Манежной площади в Москве, в апреле 2009 года телеканал принес публичные извинения за репортаж из польского города Освенцим, журналисты тогда назвали фашистский лагерь «польским». Примеров исторических, географических и технических ошибок довольно много, однако надо отметить, что российская пресса с особым пристрастием фиксирует неточности в деятельности американских СМИ.

В России телеканалу CNN было высказано множество претензий во время конфликта Грузии и Южной Осетии. Именно CNN транслировал интервью в прямом эфире с Михаилом Саакашвили (который прекрасно говорил на английском языке), в заголовках новостей Россия была представлена агрессором, вторгшимся на территорию суверенного государства Грузии. Кроме того, в эфире звучали и предложения оказать помощь Саакашвили в отражении «российской агрессии». Соответственно, российские телеканалы передавали прямо противоположные сведения, информационная война велась на двух огромных территориях - CNN освещало конфликт для Соединенных Штатов и других стран, в России больший упор делали на пропаганду внутри страны. Обе информационные войны имели и победителей, и проигравших, однако стратегия работы телеканала CNN не оставляла сомнений - в освещении определенных конфликтов не будет двух точек зрения, не будет голосов с обеих сторон, есть приоритетная сторона и именно в соответствии с ней будут выстраиваться новости. По мнению политиков и специалистов, события 2008 г. в Грузии и Южной Осетии стали репетицией конфликта на Украине, западные представители власти называют геополитические интересы России причиной этой небольшой войны, российские власти утверждают, что началом

¹⁵Террористическая организация, деятельность запрещена на территории РФ.

конфликта стало вооруженное нападение на мирных жителей. Обращая внимание на все недостатки и обвинения в адрес американского телеканала нельзя не заметить, что довольно часто CNN передает информацию о событиях в России и в мире, которую нельзя назвать выгодной для политики США:

- CNN: от проблем в российской экономике не выиграют ни Европа, ни США;
- Журналист CNN: Путин вернул россиянам чувство гордости;
- CNN о продаже Россией С-300: Обама делает хорошую мину при плохой игре;
- CNN: Украина находится на грани экономического коллапса;

В вопросе доверия к телеканалу стоит обратить внимание на цифры - по данным опроса Quinnipiac University среди американцев наибольшим доверием пользуется телеканал Fox News (20%), следом идет CNN (18%) и NBC (14%) . Телеканал уже не лидирует на телевизионной площадке США. Однако признать в его деятельности одностороннюю интерпретацию конфликтов довольно трудно, поскольку журналисты американского телеканала зачастую стараются не просто передать информацию, но и правильно интерпретировать ее, найти истинный смысл и под критику попадают абсолютно все гости и герои новостей, включая президента Обаму. Однако стоит отметить, что материалы с двумя разными точками зрения представлены неравномерно, что указывает на значительный перевес одной стороны при освещении событий.

Официальный англоязычный сайт CNN содержит следующие разделы: «Regions», «U.S.», «Money», «Entertainment», «Tech», «Sport», «Travel», «Style», «Features», «Video» («Регионы», «Соединенные Штаты», «Деньги», «Развлечения», «Техника», «Спорт», «Путешествие», «Стиль», «Сенсации», «Видео»).

- История зарождения и развития «четвертой власти» в Европе неразрывно связана с зависимостью журналистики от государства в целом и от католической церкви в частности. Цензура строго контролировала объем и характер информации, потребляемой населением - черта, характерная для зарождения журналистики практически в любой стране. Однако, в ходе истории, и в особенности впоследствии Английской революции 17 века (в частности, перехода от абсолютной монархии к конституционной), средства массовой информации в Великобритании приобрели особое значение. Позже, уже в 19 веке, после отмены ряда налогов и правил, касающихся издателей и издаваемой продукции, английская журналистика обрела больше свободы и окончательно сформировалась как «четвертая власть». Немецкий журналист, писатель и историк Людвиг Саламон указывает, что «типичной чертой английской прессы является ее националистический характер». То есть одна из важнейших целей английской журналистики – поддерживать величие своего государства. При этом в Великобритании прессу все же считают эффективным средством именно по отражению взглядов народа, но никак не руководителем общественного мнения.

Великобритания известна почитанием своих древнейших традиций, одна из которых - избрание британского монарха. Фактически, в современном мире английский монарх предназначен не столько для осуществления реальных политических действий, сколько для соблюдения традиций, как часть английской истории. Если провести параллели и взглянуть на форму устройства и управления корпорации BBC, можно наблюдать эти традиционные английские черты. Журналисты Британской широкоэвещательной корпорации славят свой этический кодекс, который предписывает создавать сбалансированные, проверенные и непредвзятые новости, однако, не являясь официально государственным средством массовой информации, корпорацией управляет контрольный совет из 12 попечителей, которых назначает английская королева. Тем не менее, BBC хоть и существует при поддержке государства, корпорацию финансируют

граждане Великобритании, которые платят налоги за право на потребление продуктов, создаваемых медиа группой. Кроме того, с 1996 года к финансированию привлекли и коммерческий капитал.

Сложно спорить с тем, что продукция, выпускаемая ВВС в целом, и конкретно международным телеканалом ВВС World News - продукция высококачественная, грамотная и интересная. Деятельность журналистов корпорации и создаваемые ими продукты считаются эталоном мировой журналистики, а отсутствие прямого финансирования правительства должно гарантировать непредвзятость освещения событий. Помимо политической информации, большая заслуга корпорации в создании образовательных научно-популярных материалов практически обо всех сторонах жизни человека, которые позволяют заниматься самообразованием. Таким образом, начавшая свою работу как радиоккомпания, ВВС развивалась и переросла в международную корпорацию с вещанием на всю планету, на нескольких десятках языков. По признанию бывшего полковника первого главного управления КГБ СССР Олега Гордиевского, преподавание английского языка для сотрудников комитета государственной безопасности начиналось с прослушивания новостей ВВС (конечно, с предварительной обработкой информации, отделении «вредных» сведений), что, несомненно, указывает на профессионализм журналистов самой крупной медиакомпания в Великобритании.

Таким образом, созданная в 1922 году корпорация ВВС справилась с поставленными изначально задачами – СМИ объединило англоязычное население Великобритании и стало успешно вещать за пределами страны. Сегодня ВВС – это цифровые радиостанции, эфирные и кабельные телеканалы, журналы и интернет-сайты. «Русская служба ВВС» также успешно функционирует в России. Что касается цифр, объем финансирования в частности ВВС World Service (служба, занимающаяся вещанием за рубежом) составляет около 300 млн. фунтов стерлингов в год. При этом ранее эту ветвь корпорации финансировал МИД Великобритании,

однако сейчас и бюджет службы World Service складывается из обязательных взносов за телевидение частных пользователей. Аудитория международной службы BBC, по состоянию на июнь 2009 года, составляет 188 миллионов человек в неделю. Таким образом, очевидно английское присутствие во всех странах мира, журналисты-международники Великобритании имеют огромный опыт по формированию благоприятного имиджа своей страны за рубежом.

Для того чтобы приступить к анализу деятельности журналистов BBC в мире и в особенности в России, необходимо упомянуть знаменитый этический кодекс сотрудников корпорации. Именно свод определенных правил, а также их соблюдение обеспечивает доверие слушателей и зрителей. В рекомендации по созданию новостных материалов входят следующие принципы:

1. Честность в освещении событий.
2. Возможность ответить - предоставить право голоса обеим сторонам в любой сложившейся ситуации.
3. Точность. Понятие тесно связано с определением слова «факт», что подразумевает защиту от устаревшей или ложной информации.
4. Сбалансированность. Информация должна быть взвешена, факты сопоставлены, что гарантирует ясный взгляд на происходящее.
5. Исправление ошибок. Немаловажный принцип признания неверных данных и сведений, а также предоставление верных.
6. Корректность сообщений о несчастных случаях и катастрофах. Информация о трагедиях должна содержать, в первую очередь, подробные полезные данные (номера рейсов, маршруты, адреса и названия, места происшествий, время и т.д.), она не предназначена для создания паники или беспокойства.
7. Корректность использования архивного материала.
8. Анонимность. Порой это необходимая мера при получении информации, в тех случаях, когда собеседнику может угрожать опасность.

9. **Беспристрастность.** Описание различных сторон случившихся событий, разносторонний материал для широкой аудитории – один из важнейших принципов.

10. **Программы, основанные на знании проблемы и объективности.** Принцип в какой-то степени включает в себя вышеперечисленные – честность, точность и сбалансированность, здесь также важны грамотные специалисты и спикеры, анализирующие темы для аудитории. Стоит отметить важность четкого разграничения собственного мнения журналиста от преподносимых аудитории фактов.

11. **Уважение к частной жизни.**

Вышеперечисленными положениями кодекс не исчерпывается, однако суть ясна – журналистике предписано не судить о происходящем, но максимально подробно и правдиво передавать информацию потребителям. Стоит добавить, что этические нормы журналистов в современном мире довольно схожи, поэтому нормы корпорации BBC стоит рассматривать как правила для всех журналистов демократических стран в целом.

Официальный англоязычный сайт BBC содержит следующие разделы: «News», «Sport», «Weather», «Shop», «Earth», «Travel», «Capital», «Culture», «More» («Новости», «Спорт», «Погода», «Покупки», «Земля», «Путешествие», «Культура», «Больше»).

● Перечень самых известных современных средств массовой коммуникации в России, имеющих представительства за границей и работающих, в том числе, для иностранных потребителей, выглядит следующим образом: центральное государственное информационное агентство России ТАСС, независимое информационное агентство «Интерфакс», радиостанция «Россия сегодня», международный спутниковый телеканал «РТР-Планета», государственный телеканал «Россия-Культура», федеральный информационный телеканал «Россия-24», круглосуточный познавательный телеканал «Моя планета», детско-юношеский телеканал «Карусель», международная версия телеканала «НТВ» - «НТВ МИР»,

федеральный телеканала «ТВ Центр», телерадиокомпания «МИР», дочернее предприятие «Первый канал. Всемирная сеть», международная многоязычная информационная телевизионная компания «RT» и другие. Таким образом, за рубежом, как и внутри страны, вещает достаточно большое количество российских телеканалов и радиостанций. В контексте формирования имиджа России автор проанализирует деятельность телеканала RT, предназначенного для создания альтернативных новостей и ознакомление зарубежной аудитории с российской точкой зрения на происходящие в мире события.

Russia Today начала вещание 10 декабря 2005 года. RT International стал первым российским информационным телеканалом, который круглосуточно вещает на английском языке. Под руководством главных редакторов Маргариты Симоньян (с 2014 г. главным редактором назначен Дмитрий Киселев) телеканал также вещает на арабском, испанском, французском и немецком языках. В 2014 году RT запустил вещание в Аргентине и Венесуэле. Открытию телеканала предшествовало заявление, сделанное президентом Путиным в 2004 году, о необходимости создания стратегии по улучшению имиджа России за рубежом. Главные цели Russia Today озвучила при открытии телеканала Маргарита Симоньян – по ее словам, RT в первую очередь информационный канал, отражающий российские мнения о мировых событиях. Также в эфир телеканала выходят документальные фильмы о России, интервью с экспертами и т.д. RT имеет 22 отделения в более чем 20 странах, на телеканале работают более одной тысячи журналистов. То есть одна из основных задач телеканала – внедриться в мировое информационное пространство, влияние над которым сегодня делят такие авторитетные телеканалы, как CNN и BBC.

Собственного этического кодекса у журналистов RT нет. Телеканал сравнительно молодой, однако уже имеет список определенных достижений и наград: номинации на премии «Эмми Интернешнл» в 2010 г. и 2012 г., в 2013 г. RT стал первым из новостных телеканалов мира, который преодолел отметку в один миллиард просмотров на видеохостинге YouTube. В 2014 году

стал обладателем золотой и двух бронзовых наград международного фестиваля New York Festivals за лучшую документальную программу и промо новостной передачи. Тем не менее, несмотря на обладания премиями, телеканал за рубежом регулярно обвиняют в пророссийской пропаганде. Немалую порцию критики телеканал получает вследствие финансирования его деятельности государством – из федерального бюджета на данное средство массовой коммуникации выделяют огромные деньги. В 2015 году телеканал получит около 15,5 млрд. рублей. СМИ в ноябре 2014 г. опубликовали информацию о том, что бывший глава службы мировых новостей BBC Питер Хоррокс призвал увеличить финансирование британской корпорации, поскольку оно сильно отстает от российского и китайского¹⁶ (для сравнения, бюджет корпорации BBC в 2014 году составил 245 миллионов фунтов стерлингов).

Журналисты и общественные деятели также осуждали за редакционную политику главного редактора RT Маргариту Симоньян, известную своей деятельностью в качестве члена Общественной палаты Российской Федерации третьего состава (в 2010—2012 гг.), также с января по март 2012 г. Симоньян была членом «Народного штаба» кандидата в президенты Владимира Путина. Как следствие господдержки, телеканал изначально вряд ли может претендовать на репутацию средства массовой информации с беспристрастным освещением событий. Претензии к новостям «RT» высказывали и высокопоставленные лица Соединенных Штатов (среди которых госсекретарь Джон Керри), и британский государственный регулятор Ofcom, и известный международный телеканал Al Jazeera. В свою очередь, руководство RT в лице Маргариты Симоньян делало ответные заявления, что зрители ожидают от телеканала RT пророссийских материалов. Кроме того, по словам Симоньян, все звучащие претензии – это цензура, а также попытки

¹⁶Экс-глава службы мировых новостей BBC призвал увеличить ее финансирование // Коммерсант [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2638622> (дата обращения: 13.04.2016)

изменить редакционную политику телеканала, который набирает популярность у зарубежной аудитории и потому начинает беспокоить иностранные власти.

Англоязычный сайт RT содержит следующие разделы: «News», «America», «UK», «Russian politics», «Business», «Sport», «Op-Edge», «In vision», «In motion», «RT360», «Shows», «More» («Новости», «Америка», «Соединенное Королевство», «Российская политика», «Бизнес», «Спорт», «На грани», «Взгляд», «В движении», «RTR360», «Шоу», «Больше»). При этом раздел под названием Op-Edge, который содержит авторские материалы, охарактеризован следующим образом: «Это платформа для тех, кто не боится озвучить свою позицию по тому, что считается установленной истиной». Именно этот раздел содержит массу критических материалов касательно политики Западных и Европейских стран, в том числе в отношении России и Украины. То есть, авторская точка зрения претендует не на субъективный взгляд на происходящие в мире события, а на истину, которую смелые авторы не боятся открыть. В раздел «Больше» входят многочисленные статьи о русской культуре, здесь размещена информация о великих писателях России, о стране в целом и т.д. Разделы сайтов RT, CNN и BBC похожи – все перечисленные средства массовой коммуникации претендуют на всестороннее освещение мировых событий, разделяя факты от аналитики, страны и различные отрасли.

В вопросе формирования имиджа государства международные новости - это не только фундамент, на котором основано отношение общества к проблемам и успехам страны, но и своеобразная «лакмусовая бумажка», по которой можно судить о потоках влияния, о свободе или несвободе СМИ, о запрещенных и усиленно продвигаемых темах и т.д. Таким образом, автоматически телеканал создает и собственный имидж - демократического представителя СМИ, рупора пропаганды или оппозиционного деятеля.

Еще одной важной частью международных масс медиа стали новости социальных сетей, которые постепенно становятся квинтэссенцией

международной журналистики. Сеть Интернет объединяет все способы передачи информации и отличается высокой скоростью освещения событий, однако часто уступает официальным СМК и СМИ в таких показателях, как достоверность информации (по типу передачи данных от пользователя к пользователю, «испорченный телефон»), однако по большей части это касается блогосферы и соцсетей, а не официальных данных СМИ в Интернете). Тем не менее, практически все международные телекомпании имеют официальные сайты, страницы в соцсетях, также активно используются Twitter, Instagram и другие приложения (включая первых лиц государств и т.д.). На карте мира (иллюстрация 1) отображена степень покрытия территорий сетью Интернет.

Охват разных стран социальными сетями приобрел общемировой характер в 2000-х годах, на карте рейтинговой системы Alexa.com (иллюстрация 2) отражены основные социальные сети и места их распространения. Несмотря на то, что Facebook признана в мировом сообществе, как самая популярная социальная сеть, для таких стран как Россия, Китай или Бразилия характерна популярность отечественного аналога данной соцсети.

Современная Интернет-журналистика настолько актуальна, что сегодня в ведущих российских университетах обучают специалистов именно для этой сферы, т.е. фактически это появление новых профессий. Также и средства массовой коммуникации начинают выводить на первый план оперативность, подключая все возможные способы распространения и получения информации (соцсети, новостные агрегаторы, мессенджеры и т.д.).

ГЛАВА II. ИМИДЖ ГОСУДАРСТВА В ДИСКУРСЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

2.1. Теоретические подходы к изучению понятия «имидж»

Слово имидж с английского языка переводится как «образ», «картинка», «изображение» или «отражение». Определение данного термина можно найти в самых разных словарях - энциклопедический, финансовый, бизнес-словарь и т.д. Однако, несмотря на особенности толкования в зависимости от сферы употребления, все разъяснения сходятся в одном - имидж создается целенаправленно, а главная его цель - психологическое воздействие на субъект путем создания определенного отношения к предмету или явлению, для которого имидж сформирован. Если углубиться в этимологию слова, по одной из версий, английское «image» образовалось от латинского «*imago*»¹⁷, что значит не что иное, как искусственно сделанное изображение (к тому же, по мнению историков, корень слова «*imago*» происходит от слова «*magic*», т.е. термин связан с понятиями сверхъестественного, что ассоциируется с эффектом внушения, который подразумевается при функционировании правильно внедренного имиджа). Таким образом, имидж не просто создает образ, он должен в каком-то смысле «обворожить» субъект, на который воздействует.

В русский язык, как и в европейские, понятие «имидж» вошло практически в неизменном виде. Швейцарский психиатр К.Г.Юнг ввел этот термин в европейский психоанализ. В России в начале XX века слово «имидж» также вошло в обиход с зарождением и становлением российского психоанализа, где оно означает границу между окружающей реальностью и восприятием ее тем или иным субъектом. Отметим, что восприятие здесь всегда лишь схоже с реальностью, но никогда ей не бывает. Отсюда еще одна важная черта имиджа - в нем присутствует значительная доля того, чего нет.

¹⁷Симонова И.Ф. Педагогика имиджа. Монография. - Спб.: 2012. - с. 15.

Видимость сливается с реальностью, однако, будучи похожа до неразличимости, это именно видимость. Тем не менее, понятие «имидж» многообразно и характерно для следующих научных дисциплин:

- экономика;
- психология;
- социология;
- политология и т.д.;

Также понятие можно разделить на множество различных категорий:

- индивидуальный и корпоративный имидж;
- внешний и внутренний (например, имидж организаций);
- самоимидж, воспринимаемый и требуемый имидж;
- мифологический;
- моделируемый;
- закрытый имидж и т.д.

Специалист по PR, рекламному делу и маркетингу Ф.Джевкинз выделил пять основных типов имиджа:

1. Зеркальный (свойственный представлению о себе);
2. Текущий (характерный для взгляда со стороны);
3. Желаемый (стремление к определенному образу);
4. Корпоративный (общий имидж компании);
5. Множественный (образование имиджа при наличии ряда независимых структур вместо единой корпорации)¹⁸;

Обобщив существующие характеристики термина «имидж», следует выделить основные черты понятия, на которые автор делает акцент в исследовании. Под «имиджем» чаще всего имеется в виду сумма (комплекс) параметров и свойств, с помощью которых передается некоторый объем информации, направленный на формирование определенного (в том числе, эмоционального) отношения на основе восприятия и переработки

¹⁸Джевкинз Ф. Паблик Рилейшнз. Учебное пособие для вузов. // Перевод с английского под редакцией Б.Л.Еремина М.: Юнити-Дата. 2003. – с.93.

полученных данных. При этом зачастую в качестве синонима к понятию «имидж» употребляют слово «образ». Однако необходимо отметить, что имидж включает в себя, по большей части, характеристики объекта, являющиеся видимостью, тогда как понятие «образ» само по себе подразумевает более объективные представления. Основные различия в объеме этих двух понятий следующие:

- образ возникает стихийно, имидж – тщательно продумывается заранее;
- образ многозначен, включает множество вариантов толкования и восприятия, имидж – однозначен и един в своем основном понимании;
- образ возникает как упрощенное внешнее отражение предмета, явления либо человека (группы людей), имидж – оценка предмета, явления либо человека (группы людей) в сознании воспринимающего;

Понятие имиджа и процесс его создания и внедрения в общество тесно связано с манипулятивными технологиями. Психолог М. Р. Битянова определяет манипуляцию, как форму межличностного общения, которое предполагает воздействие на партнера по общению с целью достижения скрытых намерений¹⁹. В вопросе манипуляции посредством СМК массами уместно говорить об одностороннем воздействии на аудиторию с помощью информационных и других медиа продуктов. В трудах исследователей этой темы можно выделить несколько характерных черт материалов, без которых невозможна эффективная манипуляция. Среди них - захват внимания аудитории, использование уже распространенных в обществе (устоявшихся и узнаваемых) образов, доведение восприятия определенного стереотипа до автоматизма и т.д.

С. Г. Кара-Мурза подробно анализирует понятие «стереотип» и механизмы воздействия различных приемов по созданию и распространению в обществе определенных образов, в том числе в политике и журналистике. Социальный стереотип в данных исследованиях определяется как устойчивая

¹⁹Алдер Х. НЛП современные психотехнологии. – СПб: «Питер», 2000, - с.105.

совокупность представлений, которые складываются в сознании на основе личного жизненного опыта, а также с помощью разнообразных источников информации²⁰ и широко используются в формировании образов. Учитывая, что стереотипы - неотъемлемая часть в картине мира каждого индивида, они крайне важны и при создании образов для индивидуального или массового сознания, поскольку включают в себя определенное, упрощенное отношение к явлениям и объектам. Американский журналист Уолтер Липпман в книге «Общественное мнение» выдвигает концепцию стереотипизации как основы пропаганды, согласно которой заранее принятые понятия и мифы умело используются для создания определенных информационных продуктов, цель которых – воздействие на массы.

Здесь также необходимо упомянуть, что стереотипы о предметах и явлениях формируются в сознании довольно грубо, деля информацию на «черную» и «белую», а также минуя тонкости подробного анализа информации. Яркие примеры эффективности стереотипного мышления подает обычная реклама – простое повторение слоганов и образов может создать запоминающийся эффект или даже рефлекс, благодаря которому потребители оценивают товар как качественный, заслуживающий доверия, оправдывающий свою цену. Несомненно, количество стереотипов у разных слоев населения различается, однако в определенном количестве, заранее утвержденные и упрощенные образы для восприятия есть у большинства людей.

Учитывая, что многие социальные стереотипы имеют исторические корни, основная задача при манипуляции не просто использовать готовые образы. Чаще всего применяются подмена или направление в определенное русло стереотипа, усиление уже существующего понятия, создание иллюзорных стереотипов и т.д. Успешно функционирующие стереотипы не просто формируют отношение к предмету или явлению в момент информационного воздействия, но и остаются в подсознании в заложенном

²⁰ Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.; 2000.- с. 123.

виде. Показателен пример создания образа СССР на Западе как «империи зла» во времена холодной войны (политическое клише, сформулированное президентом США Рональдом Рейганом на выступлении перед Национальной ассоциацией евангелистов в 1983 г.). Стереотип не просто заложил определенное отношение к государству, но и использовался как оправдание для самых различных политических действий и, судя по общественным опросам, силен в сознании граждан западных стран и по сей день²¹ (не без помощи современных журналистских материалов, разумеется).

Создание имиджа имеет общую основу для различных сфер – будь то реклама шоколадного батончика или предвыборная кампания политического деятеля. В обоих случаях создается образ, который должны принять и усвоить потребители и продумываются методы его внедрения, информационное сопровождение, языковое воздействие (формулировки, слоганы), внешнее изображение (оболочка с отличительными свойствами) и т.д. В привязке к имиджу также необходимо упомянуть об основных понятиях, используемых для его создания – менталитет и миф. И.М. Дзялошинский определяет менталитет как набор фундаментальных схем, моделей восприятия, оценки действительности и принятия решения. Миф в свою очередь - основа менталитета, поскольку этот механизм един для отдельно взятого сообщества, является общим источником коллективного бессознательного и определяет поведение всех входящих в это сообщество индивидов²².

Необходимо разграничить понятия «миф» и «стереотип», поскольку они похожи, однако стереотипы формируются на границе сознательного и бессознательного, мифы – более осознаны и создаются обществом как эмоционально-целостная картина мира. Однако и стереотипы, и мифы

²¹CNN: каждый пятый американец считает Россию серьезной угрозой для США // ТАСС [Электронный ресурс]. URL: <http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/3262432> (дата обращения: 23.04.2016)

²²Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в масс-медиа. - М.: 2007. - с.7.

сегодня перерабатываются и создаются заново, преследуя политические и иные цели. Мифологизация особенно актуально, когда речь идет о создании образа определенного человека – его могут представить как «покровителя» или «авторитета», «кумира» или «хозяина». Таким образом, понятия «имидж», «менталитет», «миф» и «стереотип» неразрывно связаны не только с сознанием членов общества, но и с подсознательными установками, привычками и особенностями.

Менталитет народа крайне важен в вопросах создания имиджей различных предметов и явлений, поскольку понимание того, во что верят люди и на основе каких сведений готовы выбрать форму своего поведения, дает создателям образов возможность эффективнее внедрять информацию. Целесообразно также говорить о потребности людей в упрощенном восприятии данных, учитывая все более возрастающий в современном мире информационный поток. Глобальные коммуникации стали важнее традиционных институтов, на которые возложена функция формирования индивида - семья и образовательные учреждения уже не справляются с задачей взрастить человека для современной жизни, не успевают идти в ногу со временем и прогрессом. Таким образом, сведения распространяемые средствами массовой коммуникации перенимают эти роли.

Гуманитарная наука имагология (слово также происходит латинского «*imago*») изучает образы стран и культур, которые чужды для воспринимающего субъекта. Вопрос восприятия образов государств подробно изучал французский ученый, профессор Сорбонны Жан-Мари Карре - его труд, изданный в 1947 году, анализировал стереотипы о немцах в произведениях французских писателей. Имагология имеет различные виды – литературоведческую, языковую, эстетико-психологическую, историческую и др. Вопросы формирования государства изучает историческая имагология. В России ее развитие началось в 1980 году, когда дисциплину начали изучать в ведущих научных центрах страны, в том числе в МГУ, РГГУ и др. Институт

российской истории РАН уже 20 лет каждый год проводит «круглый стол», обсуждая проблемы взаимовосприятия России и других стран мира.

Определив значение имиджа, обозначим применение слова в связке с государством. Имидж страны - это совокупность определенных характеристик государственной системы (сюда входят политические, экономические, национальные, демографические, культурные и другие показатели) и степень их привлекательности для граждан внутри страны (внутренний имидж) и для людей во всем мире (внешний имидж). Большую роль в этой системе занимает история возникновения и развития государства, его роль в общемировом пространстве, отличительные черты, национальные особенности и т.д. То есть это огромный комплекс с большим количеством подсистем, которые взаимодействуют между собой, в зависимости от сложившихся в обществе и мире тенденций, а также процессов, происходящих в стране. Важно не путать понятия имиджа и образа применительно к государству – образ страны подразумевает комплекс объективных характеристик государственной системы (экономических, географических, национальных, демографических и т.д.), сформировавшихся в процессе эволюционного развития государственности. Таким образом, имидж государства – желательное его видение, образ – это та база, которая определяет репутацию страны в представлении мировой общественности. Рассматривая имидж любого объекта — личности, компании, региона, государства, необходимо понимать, что в основании своем имидж имеет информационно-коммуникативную природу. Он формируется на основе информации об объекте посредством процессов коммуникации. Информация, на базе которой происходит формирование имиджа, называется имиджеформирующей информацией²³.

²³ Гавра Д.П., Таранова Ю.В. Имидж территориальных субъектов в современном информационном пространстве: учеб. пособие // — СПб. : СПбГУ, Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2013. — 36 с.

Имидж государства обрел особенное значение в условиях одновременно происходящих в мире процессов глобализации и глокализации. Общемировое информационное пространство и вездесущность средств массовой коммуникации несколько видоизменили и модернизировали подходы к процессу формирования образа страны для сограждан и для зарубежной аудитории. С одной стороны, наблюдается процесс всеобщей интеграции и унификации, с другой – всё отчетливее просматриваются противоположные тенденции, от универсализации к партикуляризации. Общество сегодня склонно стирать границы и укреплять внешние связи, тем не менее, каждое государство бережно охраняет свою самобытность во избежание исчезновения отличительных особенностей и черт. Наряду с этим в некоторых странах возникает кризис самоопределения, который характерен и для современной России.

Ученый Э.А. Галумов выделяет следующие коммуникативные функции имиджа государства:

- 1) Идентификация (облегчение восприятия информации о позитивных сторонах жизни страны);
- 2) Идеализация (обеспечение режима наибольшего благоприятствования восприятию образов государства, проецирование на аудиторию тех его характеристик, которые являются наиболее предпочтительными для конкретной целевой группы);
- 3) Противопоставление (подготовка почвы для создания положительного образа своей страны – на основе образов других стран или прошлого своей страны);
- 4) Номинативная функция (выделение государства в сложившейся геополитической ситуации среди других государств, демонстрация его отличительных качеств);
- 5) Эстетическая функция (облагораживание производимого страной впечатления);

- б) Адресная функция (обращенность образа к конкретной целевой аудитории).

Когда мы говорим и анализируем имидж государства и способы, а также методы его формирования, необходимо отметить, что здесь это понятие приобретает также яркие политические черты, поскольку образ страны неразрывно связан с ее руководителями. Под политическим имиджем подразумевается сложившийся, стереотипический образ лидера государства (или организации). Важно отметить, что политический имидж формируется с конкретными целями и задачами, будь то победа на выборах или обоснование принятий тех или иных решений, указов и т.д. Кроме того, существенную роль при формировании имиджа в политическом контексте играют ожидания социума – экспектации. Это система ожиданий и требований относительно норм исполнения руководителем социальных ролей. Что пропагандируется (контент) и кому (аудитория) – вот основные моменты формирования имиджа, как государства, так и политических лидеров.

Определившись со значением термина «имидж» в контексте государства и политики, следует указать, какие способы используются и какие факторы влияют на формирование имиджа стран. С развитием высоких технологий появилось много инструментов для создания определенного имиджа территорий и народов, их заселяющих. Некоторые методы устарели и могут быть эффективны лишь в жестких условиях - к примеру, открытая и откровенная пропаганда в Корейской Народно-Демократической республике эффективна вследствие государственных ограничений на деятельность зарубежных средств массовой информации внутри страны и жесткого контроля за всеми сферами жизни граждан. Правительство установило тотальный контроль над теле- и радиовещанием, печатью и сетью Интернет, однако, создав определенный имидж для сограждан, правящие круги не контролируют процесс формирования внешнего имиджа своей страны.

В современном мире благоприятный образ - это своего рода бренд государства. Он стратегически важен и необходим не только в вопросе

самоопределения народов и стран, но и для получения выгоды (привлечение денег, туристов и т.д.). Существуют несколько распространенных способов создать положительный облик государства:

1. Рекламная кампания. Специальные организации, рекламные агенты и консультанты занимаются популяризацией стран за рубежом, их услуги стоят больших денег. К примеру, агентство «Ogilvy&Mather» в свое время преуспело в создании благоприятного имиджа Пуэрто-Рико, в основном размещая около 5 лет текстовую рекламу в СМИ²⁴. После этого, судя по опросам, отношение американцев к Пуэрто-Рико значительно изменилось, а агентство занялось созданием образа Великобритании. Публикации в средствах массовой информации, размещаемые рекламными компаниями, обычно создают общий позитивный образ страны для привлечения туристов, либо предназначены для сглаживания «острых углов». Так, в 2012 году власти Азербайджана нанимали специалистов берлинского PR-агентства Consultum Communications в период музыкального конкурса «Евровидение»²⁵, т.к. журналисты в то время публиковали материалы о нарушении прав человека и свободы прессы в республике. Помимо взаимодействия с журналистами, у рекламных агентств довольно много способов продемонстрировать те или иные преимущества своих заказчиков, однако все методы так или иначе связаны с медиасредой и зрелищностью. Один из последних примеров масштабной рекламной кампании по созданию имиджа - размещение баннеров о туристической привлекательности Петербурга, которые разместили в международных аэропортах Лондона, Мадрида и Пекина.

2. Использование символов и символики государства. В пример можно привести российских олимпийских медведей или сакуру, которую неизменно

²⁴ Человек-бренд: Дэвид Огилви // Радиус города [Электронный ресурс]. URL: <http://radiuscity.ru/chelovek-brend-devid-ogilvi/> (дата обращения: 12.03.2016)

²⁵ «Репортеры без границ»: Баку расправляется с журналистами // Русская редакция Deutsche Welle [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dw.de/репортеры-без-границ-баку-расправляется-с-журналистами/a-16197339> (дата обращения: 24.03.2016)

ассоциируют с Японией. Символы создают определенную атмосферу сакральности для граждан внутри страны. Этот способ воздействия прочно связан с историей развития территорий и образований государств, с традициями народов. Он особенно важен для самоопределения жителей внутри государства, а также для привлечения туристов. Традиционно русские шапка-ушанка, медведь, водка и балалайка - это то, что характеризует Россию для иностранцев так же, как для русских пиво символизирует Германию. Понятия граничат со стереотипами об иностранных государствах, однако символы и символику также используют для создания имиджа страны, как позитивного, так и негативного.

3. Международные мероприятия и связи. Сотрудничество и создание совместных проектов - эффективный способ сформировать определенный имидж. Здесь огромное поле для деятельности - начиная с сотрудничества в сфере науки и бизнеса в общемировом масштабе, такого как деятельность Международной Космической Станции, и заканчивая проектами обмена студентов. Также к сфере международных связей, важных с точки зрения формирования имиджа государства, относятся массовые мероприятия, проводимые в мире. Это Олимпиады, заседания Большой Двдцатки и Восьмерки, Чемпионаты мира по различным видам спорта и т.д. Такие форумы и собрания посещают первые лица государств и их известные представители, мероприятия привлекают общественный интерес и огромное количество путешественников, и таким образом существенно влияют на образ той страны, где они проводятся.

4. Международные средства массовой коммуникации. Это печать, радио, телевидение и интернет. Журналистика неразрывно связана с формированием имиджей стран с самого своего зарождения, и сегодня, в век всеобъемлющих социальных сетей, телеканалов, радиостанций, всевозможных сайтов и блогов в сети Интернет, это одно из самых мощных орудий влияния на людей. Порой к этому списку добавляют кинематограф, однако, это отдельная отрасль, напрямую не относящаяся к журналистике.

Международные средства массовой коммуникации сегодня - это целые компании, включающие в себя и печать, и ТВ, и радио, и сайты. Студии таких компаний разбросаны по всему миру, вещание осуществляется на нескольких языках. Основная цель журналистов-международников, зачастую, не просто освещать события, происходящие в мире, но и активно продвигать те или иные точки зрения, трактовки этих самых событий. Учитывая степень влияния СМИ, аудиторию которых составляет практически весь мир, неудивительно, что их финансирование и контроль, зачастую, полностью контролирует правительство страны. Одно из самых популярных и узнаваемых международных средств массовой коммуникации сегодня - это американский телеканал CNN, который постоянно подвергается критике за предвзятость в освещении мировых событий и ориентирование на официальную политику Соединенных Штатов.

Именно сеть Интернет преобразовала средства массовой информации в средства массовой коммуникации. Теперь у пользователей есть возможность не только получать разнообразные сведения, но и оперативно обмениваться информацией, мнениями, фото и видеоматериалами и т.д. В вопросе формирования имиджа Интернет стал играть более чем заметную роль. Аккаунты в социальных сетях и приложениях сегодня есть у первых лиц страны, СМИ нанимают специалистов-представителей для работы в пространстве «всемирной паутины». Наряду со стремительным проникновением Интернета во все сферы жизни современного человека, имеют место и новые способы манипуляции, связанные с глобальной сетью. Астротурфинг называют «пятой колонной» Интернета. Специально нанятые люди или программы создают фальшивые аккаунты в социальных сетях, их цель - с помощью добавляемых комментариев, споров, порой оскорблений, подводить людей к нужным выводам, провоцировать общество на обсуждение тех или иных проблем либо наоборот, отводить взгляд от наиболее острых событий. Проще говоря, это имитация общественного мнения. Сам термин «астротурфинг» произошел от названия популярного

бренда «Astroturf» - искусственной травы, которую используют на спортивных стадионах и для создания разнообразных композиций.

При этом, несмотря на способы формирования, можно сформулировать единый алгоритм. К.С. Жуков и А.Д. Карнышев предлагают следующие действия для создания эффективного имиджа²⁶:

1. Выявление предпочтений и ожиданий аудитории;
2. Конструирование имиджа, соответствующего предпочтениям и ожиданиям аудитории;
3. Разработка стратегии формирования, план действия;
4. Перевод сконструированной модели в практическое поле;
5. Контроль над процессом формирования, замер результатов, внесение корректировок.

Самыми важными показателями эффективности созданного имиджа страны можно считать следующие критерии:

- 1) Правдоподобность. Имидж должен вызывать доверие, откладываться ярким образом в сознании людей, идентифицироваться.
- 2) Конкретность. Образ должен мгновенно срабатывать на эмоциональном уровне, вызывая определенные (изначально запланированные) эмоции и чувства.
- 3) Простота. Эффективно созданный имидж воспринимается легко и упрощенно, для его принятия не нужно долго размышлять, в том числе и потому, что он апеллирует к подсознательным установкам.
- 4) Пластичность. Несмотря на заранее готовые установки, имидж государства должен быть способен приспосабливаться к внешним обстоятельствам, внезапным изменениям, не рушась при этом в корне.

Касательно манипулятивных технологий, необходимо акцентировать внимание на распространенных способах формирования образов в массовом сознании:

²⁶ Карнышев А. Д. Психология в политической деятельности: учебное пособие // ИМА-пресс, М.: 2004. – с.456.

- 1) Метод контраста - подбор данных, которые в контрасте друг с другом создают необходимый эффект и как следствие формирование образов (сравнение опытов разных стран и т.п.);
- 2) Использование пугающих тем или сообщений (подразумевающих угрозу, внешнюю или внутреннюю) – крайне эффективный способ, т.к. заставляет общество спланиваться перед лицом опасности. Для эффективного использования методики, необходимо сформировать образ угрозы, способы ее избежать, а также в обязательном порядке – уверенность, что сплоченность и общие благие действия предотвратят или победят опасности;
- 3) Использование положительных ценностей и понятий;
- 4) Упрощение проблемы – простые интерпретации понятий и событий;
- 5) Осмеяние - чаще всего используется при формировании негативного имиджа конкретных лиц, благодаря этому способу создается образ не достойного доверия, глупого человека (пример – высмеивание мэра Киева Виталия Кличко через выдержки из его публичных выступлений);
- 6) Юмор – эффективный метод, поскольку примененный к месту юмор вызывает эмоциональный отклик, запоминается и не вызывает неприятия²⁷.

Конечно, это далеко не все способы сформировать то или иное отношение к явлению, предмету или личности, однако резюмируя проанализированное выше необходимо сделать акцент на подсознательном воздействии при формировании имиджа страны, в любом случае образы откладываются, вызывая эмоциональный отклик, от которого в том числе зависит и эффективность созданной «картины».

Несомненно, на имидж государства существенно влияют политические действия лидеров стран, экономические, социальные характеристики

²⁷Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в масс-медиа. Учебно-методическое пособие для студентов факультета журналистики. - М.: 2006. - с.95.

государства. Однако средства массовой коммуникации играют важнейшую роль в процессе, поскольку именно журналисты контролируют объем и характер информации, потребляемый обществом.

2.2. Базовые конструкции формирования имиджа государства средствами массовой коммуникации.

Анализируя деятельность СМК внутри России и за ее пределами, а также зарубежные источники информации, напрашивается следующий вывод - в процессе развития высоких технологий, с появлением сети Интернет и возможностью мгновенно получать и распространять информацию по всему миру, эволюционировали ранее уже существовавшие ранее способы формирования имиджа государства. Прежде чем обозначить эти способы, следует упомянуть о такой важной составляющей процесса создания образа, как манипуляция. Пропаганда в чистом виде сегодня - признак дурного тона журналиста, тем не менее, скрытая манипуляция стала одним из главных средств формирования имиджа. С. Г. Кара-Мурза акцентировал внимание, в том числе, на так называемом «психическом заражении»²⁸, которое влечет за собой явление массового внушения. При этом самые распространенные способы формирования образа страны в СМИ порой может уловить и рядовой потребитель информации. Однако в век информации отделять зерна от плевел все сложнее.

Обратив внимание на этимологию слова «манипуляция», следует отметить, что термин происходит от латинского «manus», что означает рука, и «ple» - «наполнять». Обобщив определения, данные в различных словарях, понятию манипуляции сознанием или обществом можно дать следующее определение - это способ социального воздействия, путем создания и внедрения искаженных сведений. Стоит отметить, то неотъемлемая часть

²⁸ Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. - М.: 2000. - с.89.

манипуляции - это ее скрытная природа, манипуляции должны быть незаметными. И, тем не менее, манипуляция - это процесс взаимодействия, в нем задействованы обе стороны, и манипулятор, и его субъект. Именно субъект, а не личность, поскольку манипуляция, особенно рассматриваемая в масштабах деятельности международных средств массовой коммуникации, должна быть эффективна в отношении большинства своих целей. Поэтому необходимо упрощать каждого человека, упрощать общество, найти в субъектах те стороны, которые делают их одной массой, подчиняющейся общим законам внушения.

Почему стоит сделать акцент именно на манипулятивной составляющей при исследовании процесса формирования имиджа государств в современном инновационном мире? Согласно исследованию международной правозащитной организации Freedom House, уровень свободы СМИ во всем мире в 2015 году упал до самого низкого уровня за последние 12 лет²⁹. В отчете среди причин несвободы журналистики указывается давление политических, уголовных и террористических элементов. В свою очередь, Россия в рейтинге стран относительно свободы слова, в 2015 году помещена на 176 место (журналистика признана «несвободной»), кроме того, российских журналистов в отчете назвали «инноваторами пропаганды»³⁰. Таким образом, учитывая мировую обстановку в отношении свободы СМИ в целом и в России в частности, следует обратить особое внимание на манипулятивные технологии, используемые для создания имиджа государств, поскольку они приобретают все более широкие масштабы, увеличивают разновидности и т.п.

²⁹В Freedom House отмечают самый низкий уровень свободы СМИ в мире за последние 12 лет // Крым. Реалии [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.krymr.com/content/article/27701884.html> (дата обращения: 25.03.2016)

³⁰Россию назвали инноватором современной пропаганды // Коммерсант [Электронный ресурс]. URL: <http://kommersant.ru/doc/2974661> (дата обращения: 28.03.2016)

Среди приемов, которыми пользуются международные средства массовой коммуникации при формировании имиджа государства, важно выделить следующие:

1. Тщательный отбор освещаемых событий. Деятельность журналистов-международников подразумевает охват большого количества новостей, однако, что именно пойдет в эфир и будет увидено или услышано - решают редакторы. Конечно, в современном мире вряд ли получится скрыть от мировой общественности какие-то важные новости, однако, безусловно, каждое международное СМИ тщательно отбирает и фильтрует информацию и способ ее подачи перед тем, как ознакомить с ней своих потребителей.

2. Выборка данных при освещении событий. Здесь в ход идут всевозможные ухищрения и мастерство владения пером или камерой. Одно и то же событие, поданное с разных сторон, производит разный эффект. Один из самых ярких примеров в современной мировой ситуации - это разница освещения событий, происходящих на Украине. В одних статьях и новостных выпусках используются такие определения, как «аннексия», что значит насильственное присоединение государством чужой территории, в других - «присоединение» или «возвращение» исконной территории стране. Также большую роль в выборе того или иного взгляда на происходящее играют личности, комментирующие происходящие события. Для каждого общества и слоев, его составляющих, существуют свои авторитеты, поэтому крайне важны и заявления, поступающие от специалистов, их комментарии и прогнозы.

3. Оперирование понятиями и цифрами. Важнейший способ формирования того или иного отношения к происходящему с точки зрения манипуляции общественным сознанием. Согласно исследованиям С. Г. Кара-Мурзы, цифры имеют огромное значение, так как провоцируют людей делать запрограммированные умозаключения³¹. По сути, процесс анализа информации подменяют выработанным рефлексом. То же самое

³¹ Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. - М.: 2000. - с.264.

относительно выработки нужных реакций на употребляемые понятия и термины. Здесь уместно перечислить широко используемые определения, вызывающие однозначную реакцию. При этом не каждый потребитель информации сходу сможет сформулировать, что же именно значит то или иное слово. Это такие термины как «инновация», «преступность», «свобода», «независимость», «равенство», «справедливость» и др. То есть, речь идет о герменевтике - от толкования, интерпретации слов зависит информационная ценность передаваемых сведений.

4. Акцентирование внимания на проблемах других стран. Способ актуален для всех государств, когда встает вопрос о защите имиджа от всевозможных информационных нападений. Переориентировать внимание граждан своей страны на проблемы других государств, на бедствия, происходящие в других странах - это одновременно и механизм защиты, и способ отвести взгляд от неудач внутри страны. При этом у каждого государства «осуждающий взгляд» направлен в свою сторону - например, для российских СМИ характерен акцент на социальных бедствиях, происходящих на Западе, таких как массовые убийства или насилие детей, своего рода скрытая критика западного уклада жизни. На Западе зачастую противопоставляют критические ситуации в странах третьего мира стабильности цивилизации. В эту же категорию допустимо отнести не только акцент на зарубежных проблемах, но и в принципе создание контекста, отвлекающего зрителя от опасных, с точки зрения положительного имиджа страны, явлений. Порой отвлекающие маневры откровенно лишают зрителя доступа к информации, наиболее яркий пример крайности подобного способа манипуляции обществом - знаменитое «Лебединое озеро», которое транслировали в августе 1991 г. во время государственного переворота в России.

Ученый Э. А. Галумов выделяет следующие основные способы эффективного формирования образа страны:

- Позиционирование (создание благоприятной для объекта информационной среды);
- Манипулирование (переключение внимания на другой объект);
- Мифологизация (использование для формирования образа мифов);
- Эмоционализация (перевод информации на эмоциональный язык);
- Вербализация (детализация и акцентирование информации, ее подготовка для восприятия аудиторией как устной речи какого-либо лица);

Тем не менее, учитывая все перечисленные способы, есть основные положения, без которых невозможно успешное построение определенного имиджа страны. Во-первых, в любом случае необходимо четко знать требования аудитории, на которую направлена информация, для этого используются данные опросов, анализ тех или иных событий и т.д. Также необходимо понимать какие характеристики должны составлять требуемый образ, а также подобрать каждой характеристике соответствующий контекст. Имидж тесно связан с общественным мнением и здесь существует тонкая грань между пониманием и непониманием того, как аудитория «потребляет» предоставленную ей информацию. «Потемкинские деревни», «Головокружение от успехов» - исторические примеры попытки формировать имидж не только манипуляциями, но и откровенным искажением информации.

В вопросе формирования имиджа государства неизбежно поднимаются этические и профессиональные дискуссионные моменты, в особенности касающиеся работы журналиста. С одной стороны, едва ли можно утверждать, что есть способ эффективно формировать имидж государства, не прибегая к замалчиванию важной информации, подачи данных под определенным, выгодным углом и тому подобное. С другой – задача журналиста информировать население о реальном положении дел, поскольку, во-первых, позитивный образ страны, по большей части, все же более относится к сфере ответственности политиков, во-вторых, искажение имиджа

(в любую сторону) способно нанести большой урон, как правило, большей части населения страны (наглядный пример – пропаганда в СССР).

Перечислив общие распространенные способы формирования имиджа государства через СМК, отдельно отметим роль телевидения в этом вопросе, поскольку это одно из самых мощных орудий процесса создания образа, так как задействует сразу несколько каналов восприятия информации (зрительный и слуховой). Телевидение сегодня уже не просто черный ящик. Вещание проникло и в сеть Интернет, есть возможность круглосуточно наблюдать за происходящим в разных частях земного шара. Функции, которые выполняет телевизионное вещание (в том числе в Интернете), охватывают практически все составляющие жизни человека. Телевидение оперативно информирует, выполняет образовательную и познавательную, развлекательную, рекреационную, культурно-просветительскую, организаторскую и интегративную функции. Особую роль в функционировании данного средства массовой коммуникации играют новостные выпуски, привлекающие большую часть аудитории, т.к. информация, передаваемая посредством телевидения насыщена, многообразна и охватывает весь мир.

В данной работе рассмотрена деятельность международных телеканалов CNN, BBC World и Russia Today в контексте способов формирования средствами массовой коммуникации имиджа России внутри страны и за рубежом, а также оценка эффективности созданных образов государства.

2.3. Россия XXI века: особенности современного внутреннего и внешнего имиджа государства.

Информационное сопровождение значимых событий и повседневной реальности обретает все более весомое значение для каждой страны,

поскольку публичные сведения одновременно и информируют, и развлекают, и шокируют, и, что крайне важно, образуют «картину мира» в сознании каждого человека. Важно помнить, что исторически сложившийся образ Советского Союза как коммунистической державы, представляющий опасность для всего мира, до сих пор дает о себе знать, особенно ярко неприязнь к современной России представлены в странах Балтии (Латвия, Литва и Эстония). В свете последних мировых событий (смена власти на Украине, введенные санкции и контрсанкции, военные действия в Сирии и т.д.) негативное отношение к России сформировалось в западных странах, и в государствах Евросоюза. При этом пристальное внимание сегодня уделяется образу страны внутри государства - акцентирование внимания на патриотизме (как заявил президент Путин на встрече с предпринимателями Клуба лидеров, в РФ не может быть никакой иной объединяющей идеи, кроме патриотизма³²), новые правила работы СМИ (например, обязательные отчеты об иностранном финансировании - поправки в «Закон о СМИ» внесли 1 февраля 2016 г.), запуск программы «Ревизор», разработанной Роскомнадзором (предназначена для слежения за блокировками запрещенных ресурсов³³), возросшее втрое за последние три года число случаев привлечения пользователей Интернета к уголовной ответственности за высказывания в Сети (по данным правозащитной организации «Агора» в 2012 г. были осуждены 103 человека, в 2013 г. - 226, в 2015 г. - 203³⁴) и т.д.

При формировании внутреннего образа Российской Федерации СМИ делают упор на следующие элементы:

- природный ресурсный потенциал;

32[□]Путин: патриотизм - «это и есть национальная идея» // ТАСС [Электронный ресурс]. URL: <http://tass.ru/politika/2636647> (дата обращения: 01.04.2016)

33[□] Всем операторам связи до конца года установят «ревизор» Роскомнадзора // Известия [Электронный ресурс]. URL: <http://izvestia.ru/news/610719> (дата обращения: 21.04.2016)

34[□] Два года за репост: как власти борются с экстремизмом в Рунете // РБК [Электронный ресурс]. URL: http://www.rbc.ru/technology_and_media/07/05/2016/572ca7d09a794742dedc645c (дата обращения: 08.05.2016)

- геополитические факторы (площадь территории страны, выходы к морям и т.д.);
- культурное наследие (литература, музыка, архитектура, балет и т.д.);
- военная мощь (техника, ядерный потенциал и т.д.);
- историческая основа развития государства (великие открытия, вклад россиян в развитие разных отраслей науки и мн.др.);
- сильная власть (авторитет президента);
- религиозные традиции (православное христианство, идея «исключительности» русского народа, его особой миссии в мире);

Таким образом, современный внутренний имидж России формируется с целью представить страну соотечественникам, как мощнейшее государство, способное противостоять внешним «врагам» как в военном, так и моральном и этическом аспектах (особенно ярко заметна негативная реакция подавляющего большинства российских граждан на любые новости и обсуждения касательно темы прав представителей сексуальных меньшинств, выражение «Гейропа», образованная от совмещенных слов «Европа» и «гомосексуалисты» (сокр. «геи») также показательна. Эти же примеры используются в зарубежных медиа сообщениях, в контексте не толерантности российского общества, ущемления прав человека и т.п. Упор и акцент делается на единство народа, общую национальную идею, любовь к Родине и способность любить ее при любых сложностях. С другой стороны, внутренний имидж довольно ощутимо страдает из-за сложной экономической ситуации в стране, высокого уровня коррупции, большого количества правонарушений и т.д.

Заметную роль в формировании внутреннего имиджа России сегодня играет образ президента Владимира Путина. С точки зрения PR-технологий имидж руководителя государства полностью соответствует народным представлениям о сильном лидере - спортивный, не боящийся рисковать, спасающий тигров и летающий с аистами, а также справедливо разбирающийся с проблемами народа на «прямых линиях». При этом

поддержание позитивного имиджа стало сложнее из-за ситуации на Украине, однако в большей степени урон был нанесен внешнему образу страны, в то время как присоединение Крыма стало поводом для гордости для большинства граждан РФ (согласно проведенным общественным опросам).

Средства массовой коммуникации сегодня принимают активное участие в процессе формирования и поддержания благоприятного имиджа внутри страны - большое внимание уделяется контенту телеканалов, формулировке новостей и т.п. Журналисты в личной беседе признаются, что за последние три года стали отчетливее проступать цензура внутри редакций, установка на «правильное» освещение событий, препятствие распространению информации, которая может нанести урон позитивному образу страны и т.д., что, в свою очередь, не может не отражаться и на уровне доверия отечественным СМИ.

Внешний имидж России формируется зарубежными медиа на фоне, фактически, открытых политических разногласий со странами Запада, Евросоюза и другими. Международные СМИ эффективно поддерживают и без того негативный образ РФ, основываясь на определенной подаче информации, касающейся важнейших мировых событий, которая, как правило, отличается от позиций российского руководства. Это прямые расхождения в вопросах переворота на Украине и присоединения (в зарубежных СМИ - «аннексии») Крыма, участия российских Вооруженных сил в гражданской войне в Сирии, конфликта России с Турцией и мн. др. Тем не менее, внутренний и внешний образ государства тесно связаны, поэтому также необходимо упомянуть о том, что многие негативные факторы, которые за рубежом рассматривались как повод для недовольства российского народа, были умело обыграны внутри страны. Введенные санкции стали в СМИ «поводом» для возрождения производств в стране, журналисты называют это «истерикой импортозамещения». Закрытые для российских туристов Египет и Турция были поданы как причина развивать внутренний туризм и отечественные курорты и т.п.

ГЛАВА III. СПОСОБЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА МЕЖДУНАРОДНЫМИ ТЕЛЕКОМПАНИЯМИ РОССИИ, ВЕЛИКОБРИТАНИИ И США

3.1. Формирование информационной повестки дня в современных условиях

Прежде чем приступить к непосредственному сравнительному анализу контента выбранных телеканалов и проанализировать способы формирования имиджа государств, которые практикуют крупнейшие

мировые СМИ, необходимо определиться с современной картиной мира, изменившейся за последние годы, как в политическом, так и в общественном сознании. Выбранный период для анализа – с 1 сентября 2015 г. по 30 апреля 2016 г. насыщен событиями, имеющими огромное количество так называемых «бэков».

Новости об Украине привлекали внимание телезрителей с Евромайдана, однако сегодня на фоне событий в Сирии, миграционного кризиса и возрастающей террористической угрозы, отошли на второй (если не на третий) план. Несмотря на то, что информационные сообщения с упоминанием президента Украины Петра Порошенко продолжают периодически занимать первые строчки в новостных агрегаторах, международная важность этих новостей заметно сбавила градус. Тем не менее, следует перечислить основные события, связанные с кризисом на Украине:

1. Евромайдан (21.11.2013 – 27.02.2014 гг.) – массовая акция протеста в центре Киева. Народные волнения спровоцировала приостановка правительством Украины подготовки к подписанию Соглашения об ассоциации между Украиной и ЕС. Кроме того, аналитики также называют причинами майдана высокий уровень коррупции в стране, недовольство действовавшей властью, а также поляризацию доходов. Российские СМИ публиковали сообщения об искусственном нагнетании обстановки, в частности, властями США. Результатами вооруженных столкновений сторонников и противников европеизации Украины стала отставка главы правительства Украины Николая Азарова, отстранение президента Виктора Януковича от власти и формирование временного правительства.
2. Присоединение полуострова Крым к России (18 марта 2014 г.) – официальное вхождение Республики Крым в состав РФ. Присоединению (в западных и европейских СМИ используется

слово «аннексия») предшествовал референдум о статусе полуострова, по его итогам за воссоединение Крыма с Россией проголосовали 96,77% крымчан и 95,6% жителей Севастополя. Власти Украины, США, стран ЕС, Япония и ряд других государств не признали законность референдума. Совет Европейского союза ввел дополнительные санкции против лиц, которые, по мнению членов Совета ответственны за нарушения территориальной целостности Украины. Парламентская ассамблея Совета Европы 10 апреля 2014 г. приняла резолюцию, которая лишила РФ права голоса в ассамблее.

3. Обострение конфликта на востоке Украины (апрель 2014 г.) – боевые действия на территории Донецкой и Луганской областей Украины. Сторонами противостояния являются вооруженные силы Украины и отряды повстанцев (сторонники самопровозглашенных ДНР и ЛНР). При этом западные и европейские СМИ утверждают, что в боевых действиях принимают участие военные российской армии, власти РФ неоднократно заявляли, что «присутствия регулярных российских войск» на Украине нет, однако есть граждане РФ, которые решают вопросы, в том числе и в военной сфере³⁵.
4. Санкции в отношении России и граждан страны (март 2014 г.) – после присоединения Крыма к РФ, США и Евросоюз, Канада, Австралия и Новая Зеландия ввели первый пакет санкций. Он предусматривал заморозку активов и визовые ограничения отдельных граждан России (был создан специальные списки), также отдельным компаниям этих стран запретили поддерживать деловые связи с организациями и лицами, включенными в списки. Также санкции были введены в апреле и мае 2014 г. в связи с обострением

³⁵ Путин впервые признал военное присутствие России на Украине // ИноСМИ [Электронный ресурс]. URL: <http://inosmi.ru/politic/20151218/234843461.html> (дата обращения: 15.04.2016)

ситуации на востоке Украины, а также после катастрофы Boeing 777 в Донецкой области, которая произошла 17 июля 2014 г. Кроме того, приостановлено членство России в организации G8 («Большая восьмерка»); ЕС запретил долговое финансирование ряда российских компаний (таких как «Роснефть», «Газпромнефть», «Оборонпром») и ужесточил инвестирование крупнейших банков («Сбербанк», «Газпромбанк», «ВТБ» и т.д.). Позднее часть санкций были сняты, часть – продлены.

5. Контрсанкции (2014 г.) – продовольственное эмбарго, запрет ввоза в Россию «отдельных видов» сельхозпродукции, продовольствия и сырья из стран, которые ввели или поддержали экономические санкции в отношении российских компаний и граждан. В частности, контрсанкции были введены в отношении стран ЕС, США, Канады, Австралии и др. Объем импорта, который попал под запрет, по разным оценкам достигает 9 млрд. долларов.
6. Гражданская война в Сирии (с 2011 г. по наст. время) – вооруженный конфликт на территории Сирийской Республики между сторонниками президента страны Башара Асада, сирийской оппозиции, курдами и террористическими организациями, вследствие продолжающейся «Арабской весны» (перевороты в арабском мире, происходящие с 2011 года). Из-за усиливших свое наступление террористических организаций, на территории Сирии летом 2014 г. начали авиаудары США и ее союзники, с 30 сентября 2015 г. по 15 марта 2016 г. военные действия начали российские войска (по официальной просьбе Башара Аль-Асада). Действия армий различных стран постоянно освещаются в международных СМИ с критической точки зрения, в частности, Россию обвиняют в поддержке президента Сирии и борьбе не с террористическими организациями, а оппозиционными объединениями.

7. Миграционный кризис в Европе (с 2015 г. по наст. вр.) - по заявлению ООН, обнародованному 9 июля 2015 г., количество сирийских беженцев превысило цифру 4 млн. человек. Огромное количество мигрантов прибывали из стран Ближнего Востока, Северной Африки и Южной Азии в страны Евросоюза. Миграционный кризис повлек огромное количество материалов в СМК, связанных с проблемами размещения беженцев, столкновений с полицией на границах государств, количестве стран, готовых принять мигрантов и т.д.
8. Падение самолета Airbus A321, рейс Шарм-Эль-Шейх - Петербург (31 октября 2015 г.) - террористический акт в самолете, пролетавшем над Синайским полуостровом, который привел к падению судна, жертвами стали 224 человека. Ответственность за взрыв на борту взяла на себя террористическая организация ИГИЛ. 6 ноября президент Путин принял решение о приостановке авиасообщения России с Египтом до налаживания определенного уровня безопасности, позже глава государства также распорядился активнее атаковать объекты ИГИЛ в Сирии. Также после этих событий Египет как одно из основных туристических направлений, оказался недоступным для граждан России, что послужило одной из причин уменьшения потока выезжающих за границу и усиления внутреннего туризма в стране.
9. Ухудшение российско-турецких взаимоотношений (2015 г.) - прекращение военных контактов между двумя странами и введение санкций против Турции (приостановление безвизового режима, чартерных рейсов, продажи туристических путевок в Турцию, запрет в России на привлечение турецких работников, ввоз отдельных категорий продуктов и товаров). Причиной ухудшения отношений стал инцидент, произошедший 24 ноября 2015 г. - турецкий истребитель сбил российский бомбардировщик Су-24,

выполнявший задание в районе сирийско-турецкой границы (погиб командир экипажа, штурмана удалось спасти в ходе поисково-спасательной операции). Власти Турции утверждали, что российский экипаж нарушил государственную границу страны, российские власти опровергали обвинения и назвали инцидент актом агрессии.

10. Терракты в Европе (2015-2016 гг.) - взрывы и бойня в Париже и его пригороде (возле стадиона «Стад де Франс» в Сен-Дени и в концертном зале «Батаклан») 13 ноября 2015 г., а также взрывы в аэропорту и метрополитене Брюсселя 22 марта 2016 г. Ответственность за эти произошедшие события взяла на себя террористическая организация «Исламское государство». В результате перечисленных террористических актов, в Париже погибли около 130 человек, были ранены более 350-ти. В Бельгии погибли более 30 человек, больше 200-сот пострадали.
11. Оффшорный скандал (3 апреля 2016 г.) - утечка конфиденциальных документов панамской юридической компании Mossack Fonseca. Журналистское расследование с данными о сомнительных денежных операциях, проводимых политиками и известными людьми из разных стран через оффшорные компании, было опубликовано мировыми СМИ в апреле 2016 г. и вызвало бурные реакции и обсуждения в мировом сообществе. В России материалы опубликовала «Новая Газета». В расследовании упоминаются 12 действующих и бывших глав государств, также в материалах содержится информация об оффшорных компаниях виолончелиста Сергея Ролдугина, близкого друга президента России Владимира Путина. В СМИ расследование называют «самой большой утечкой

данных в мировой истории»³⁶. В результате публикации исследования так называемых "панамских архивов" и последовавшей общественной реакции, правоохранные органы нескольких стран начали расследования в отношении организаций и лиц, упомянутых в документах.

Все перечисленные события получили широкое освещение, однако материалы, транслируемые из разных стран, имели фундаментальную разницу в преподнесении информации, как с фактологической, так и с аналитической точек зрения. Для наглядного сравнения разницы в подаче новостей международными СМК, исследователь проанализировал сюжеты, выпущенные телеканалами CNN, BBC и RT.

2.2. Освещение российской действительности телеканалами CNN, BBC World и RT

Для исследования методов формирования имиджей государств различными международными телеканалами и их эффективности, был проанализирован контент CNN, BBC World и RT, касающийся важнейших событий, произошедших в мире. Выбранный период - с 1 сентября 2015 г. по 30 апреля 2016 г. Для наглядности разницы освещения событий и способов формирования имиджа России, рассмотрим разницу в подаче информации телеканалами, с учетом текстового и видео-контента на официальных сайтах медиа компаний, на примере нескольких событий.

1. Введение российских войск в Сирию.

30 сентября 2015 г. Совет Федерации единогласно проголосовал за использование с Сирии российских военных. При этом ранее в интервью

³⁶ От авторов «Панамагейта»: что мы узнали из книги немецких журналистов об организаторе крупнейшего слива в истории // Медуза [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/feature/2016/04/11/ot-avtorov-panamageyta> (дата обращения: 12.04.2016)

американскому журналисту Чарли Роуз президент Путин уверял, что войска РФ не будут участвовать в военных операциях в Сирии³⁷.

В англоязычном новостном выпуске телеканала RT журналисты делали упор на попытку объективно взглянуть на данное событие. В частности, использовалась следующая формулировка: «Russian war planes have started precision air strikes against Islamic State positions in Syria - after lawmakers granted the Kremlin permission to use the military outside of Russia's borders. Syria has welcomed Russia's decision to join the war against ISIL - with positive reaction also coming from other states, including China and Iran. The Western mainstream media delves into speculation over Russia's motives in Syria. We separate fact from fiction» (Российские военные самолеты начали точные воздушные удары по позициям исламских государственных в Сирии - после того, как законодатели предоставили разрешение Кремлю на использование военных за пределами границ России. Сирия приветствует решение России вступить в войну против ИГИЛ - положительная реакция также поступает из других государств, включая Китай и Иран. Западные средства массовой информации спекулируют по поводу мотивов России в Сирии. Мы отделяем факты от вымысла)³⁸. Для объяснения причин введения войск были использованы следующие аргументы:

- Борьба с террористами;
- Официальная просьба о помощи со стороны президента Сирии Башара Асада;
- Помощь в налаживании порядка в стране;

В телевизионном сюжете были использованы следующие приемы для обоснования введения российских войск в Сирию: выступления первых лиц

³⁷Интервью американскому журналисту Чарли Роузу для телеканалов CBS и PBS

// Кремль [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/50380> (дата обращения: 02.05.2016)

³⁸ RT News - September 30, 2015 // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/shows/news/317099-rtnews-september-30-18msk/> (дата обращения: 15.04.2016)

страны - президента Владимира Путина, а также главы администрации президента Сергея Иванова; кадры разрушений в Сирии из-за действия террористических группировок; интервью с местными жителями, которые утверждают, что им необходима помощь России («очень важной страны»); цитировались зарубежные политические лидеры, в частности, премьер-министр Италии Маттео Ренци заявил: «It is impossible to achieve peace without Russia involved» («Невозможно достигнуть мира без российского вмешательства»). Также были использованы видеокadres со встреч Владимира Путина и Барака Обамы, при этом на фоне заявлений американского президента в качестве музыкальной «подложки» использовалась тревожно звучащая музыка с частым ритмом.

Впоследствии материалы RT, касающиеся ситуации в Сирии, отличались явно критическим отношением к заявлениям и действиям США и позитивным освещением успехов российских военных и обстановки в целом:

- Syria would be fully under ISIS control if not for Russia – Serbian president³⁹ («Сирия была бы полностью под контролем ИГИЛ, если бы не России - президент Сербии»);
- «Efficient, accurate»: Russian air warfare in Syria praised in classified NATO report⁴⁰ («Эффективная, точная»: российские военные действия в Сирии высоко оценили в секретном докладе НАТО»);
- With truce holding in Syria, Russian military offer assistance in aid deliveries⁴¹ («Поддерживая перемирие в Сирии, российские войска оказали содействие в поставках помощи»);

³⁹ Syria would be fully under ISIS control if not for Russia – Serbian president // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/334865-serbia-nicolic-isis-russia/> (дата обращения: 16.04.2016)

⁴⁰ «Efficient, accurate»: Russian air warfare in Syria praised in classified NATO report // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/334642-russia-efficient-syria-nato/> (дата обращения: 16.04.2016)

⁴¹ With truce holding in Syria, Russian military offer assistance in aid deliveries // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/334767-russia-help-aid-syria/> (дата обращения: 16.04.2016)

- The Washington and Moscow-sponsored truce in Syria may be the last chance for the country to stop the bloodshed, opposition groups said in a joint statement after a meeting at the Russian center for Syrian reconciliation⁴² («Вашингтон и спонсируемое Москвой перемирие в Сирии может стать последним шансом для страны, чтобы остановить кровопролитие, заявили оппозиционные группы в совместном выступлении по итогам встречи в Российском центре для сирийского примирения»);

- Syrian opposition «not against» direct talks with Assad government⁴³ («Сирийская оппозиция «не против» прямых переговоров с правительством Асада»);

- While US talks terrorism at nuke summit in DC, Russia fights terrorism in Syria⁴⁴ («Пока Соединенные штаты обсуждают терроризм на саммите по ядерной безопасности в Вашингтоне, Россия борется с терроризмом в Сирии»);

В материалах телеканала RT прослеживается негативное отношение к заявлениям представителей Соединенных Штатов, большое количество упоминаний об успехах военной операции (с заявлениями российских властей), ссылки на необходимость помощи страдающим от войны людям и заявления официальных сирийских властей. Также освещается обновление и совершенствование военной техники.

Зарубежные СМК, в частности и CNN, и BBC объясняли присутствие российских военных в Сирии следующим образом (и контекстом):

- Борьба российских военных с сирийской оппозицией, а не с террористами (фактически, поддержка режима Башара Асада);

⁴² Russia, US truce initiative in Syria «may be last chance to stop violence» – opposition // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/334952-russia-us-syria-opposition/> (дата обращения: 16.04.2016)

⁴³ Russian aid convoys come under militant fire in Syria – truce center // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/336787-russia-syria-convoy-attack/> (дата обращения: 16.04.2016)

⁴⁴ While US talks terrorism at nuke summit in DC, Russia fights terrorism in Syria // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/op-edge/338140-nuclear-summit-washington-terrorism-russia/> (дата обращения: 16.04.2016)

- Демонстрация всему миру военной мощи страны;
- Отвлечение внимания от конфликта на Украине;

BBC в аналитических материалах делала упор на поддержку российскими властями режима президента Сирии Башара Асада, для этого была опубликована карта военных действий с указаниями территорий, занимаемых различными оппозиционными объединениями, террористами и официальными войсками (иллюстрация 3), а также демонстрацией тех мест, где падали российские бомбы и летали истребители. В материале также присутствует фраза о том, что Москва готова ударить любого противника сирийского режима («Moscow will hit any opponents of the Syrian regime where necessary⁴⁵»). Кроме того, одним из явных «спорных» моментов в освещении последствий ввода российских войск в Сирию стали сообщения о жертвах авиаударов среди гражданского населения: «Opposition groups said Wednesday's attacks had killed more than 30 civilians. However, President Putin denied the claims, telling Russian television that the first reports of civilian casualties came «even before our jets took off»⁴⁶ («Оппозиционные группы заявили, что в результате нападения в среду было убито более 30 мирных жителей. Тем не менее, президент Путин отверг претензии, заявив в эфире российского телевидения, что первые сообщения о жертвах среди гражданского населения появились «еще до того, наши самолеты открыли огонь»).

Телеканал CNN, освещая введение российских войск на территорию Сирии, также акцентировал внимание на «скрытых мотивах» российского руководства. В материале от 1 октября 2015 г. под названием «Russia launches first airstrikes in Syria» («Россия запускает первые авиаудары в Сирии»), использованы следующие формулировки: «Claiming to target ISIS, Russia conducted its first airstrikes in Syria, while U.S. officials expressed serious doubts

⁴⁵ Syria conflict: Russia launches fresh strikes // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-34413050> (дата обращения: 16.04.2016)

⁴⁶ Там же.

Wednesday about what the true intentions behind the move may be» («Утверждая целью борьбу с ИГИЛ, Россия провела свои первые авиаудары в Сирии, в то время как официальные лица США выразили серьезные сомнения о том, какими могут быть истинные намерения этого шага»)⁴⁷. Журналисты CNN, анализируя информацию о вводе войск, также используют экспертные мнения, в частности министра обороны США Эша Картера, который в интервью заявил, что нужно тщательно обращаться с информацией о бомбежке ИГИЛ, поскольку авиаудары пришлось не только на те районы, где располагались террористические группировки. В другом материале от 1 октября 2015 г. CNN публикует интервью с президентом Сирийской национальной коалиции, который заявил, что «Russia is targeting the Free Syrian Army and civilians -- and lying to the world»⁴⁸ («Россия нацелена на Свободную сирийскую армию и гражданских лиц – и лжет всему миру»). При этом телеканал используется и российских экспертов для сбора мнений – например, член российского парламента Вячеслав Никонов выходил на связь с ведущей Кристиан Аманпур, где в прямом эфире отвечал на вопросы, в частности сайт CNN процитировал его высказывание: «If you have some better plan, please provide us with a plan»⁴⁹ («Если у вас есть лучший план, пожалуйста, предоставьте нам план»).

2. Инцидент с уничтожением российского самолета Су-24 в Сирии.

24 ноября 2015 г., после того, как фронтовой бомбардировщик, входивший в российскую авиационную группу в Сирии, был сбит ракетой типа «воздух-воздух» с истребителя ВВС Турции в районе сирийско-турецкой границы. В результате погиб командир экипажа, штурман

47[□] Russia launches first airstrikes in Syria // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2015/09/30/politics/russia-syria-airstrikes-isis/index.html> (дата обращения: 16.04.2016)

48[□] Syrian opposition: Russia only striking FSA, civilians // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/videos/world/2015/10/01/khoja-intv-amanpour-syria-opposition-russia.cnn> (дата обращения: 23.04.2016)

49[□] Russia: Have a better plan for Syria? «Give us some names» // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/videos/world/2015/10/05/russia-intv-amanpour-vyacheslav-nikonov-sot.cnn> (дата обращения: 23.04.2016)

приземлился вне зоны обстрела и был эвакуирован. Позиции международных СМИ принципиально разошлись в освещении события между российской и турецкой версиями произошедшего. Минобороны РФ заявило, что самолет сбили над территорией Сирии, на расстоянии около 1 км от турецкой границы, также не было попыток связаться с летчиками. Турецкая сторона утверждала, что диспетчеры пытались наладить контакт около 10 раз с летчиками двух неопознанных самолетов и передавали предупреждения с требованием развернуть воздушное судно к югу, однако после того, как самолеты нарушили воздушное пространство Турции, был произведен запуск ракеты. Первый самолет вышел из турецкого пространства до запуска, второй был сбит и упал на сирийской стороне границы.

Телеканал RT освещал происшествие в следующих формулировках:

- Russian Su-24 fighter jet shot down over Syria⁵⁰ («Российский истребитель Су-24 сбит над Сирией»);
- Putin: Downing of Russian jet over Syria stab in the back by terrorist accomplices⁵¹ («Путин: Падение российского самолета над Сирией – удар ножом в спину от сообщников террористов»);
- Leaked Ankara UN letter claims Su-24's «air space violation» lasted 17 seconds⁵² («В неофициальном письме Анкары ООН утверждается, что «нарушение воздушного пространства Су-24 длилось 17 секунд»);
- [Ankara's oil business with ISIS](https://www.rt.com/business/323391-isis-oil-business-turkey-russia/)⁵³ («Нефтяной бизнес Анкары с ИГИЛ»);

⁵⁰ Russian Su-24 fighter jet shot down over Syria - Russian MoD (VIDEO) // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/323215-warplane-crash-syria-turkey/> (дата обращения: 23.04.2016)

⁵¹ Putin: Downing of Russian jet over Syria stab in the back by terrorist accomplices // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/323262-putin-downing-plane-syria/> (дата обращения: 23.04.2016)

⁵² Leaked Ankara UN letter claims Su-24's 'air space violation' lasted 17 seconds // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/323343-turkey-un-syria-russian-plane/> (дата обращения: 23.04.2016)

⁵³ Ankara's oil business with ISIS // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/business/323391-isis-oil-business-turkey-russia/> (дата обращения: 23.04.2016)

- Terrorists «stick to Turkish border», Russia to continue targeting them – Kremlin⁵⁴ («Террористы «придерживаются турецких границ», Россия продолжит целиться в них»);

- Turkish F-16 attacked Russian Su-24 without warning, both were above Syria – commander⁵⁵ («Турецкие F-16 атаковал российский Су-24 без предупреждения, оба находились над Сирией - командующий»);

Таким образом, в телевизионном эфире была качественно отработана одна основная версия произошедшего, как заслуживающая доверия. Аргументы турецкой стороны критиковались различными экспертами, после инцидента с Су-24 российско-турецкие отношения значительно ухудшились, турецкие власти отказались приносить извинения и выплачивать компенсации. Позже президент Путин подписал «Указ о мерах по обеспечению национальной безопасности России и защите граждан России от преступных и иных противоправных действий и о применении специальных экономических мер в отношении Турции». В результате на территории России был временно введён запрет или ограничение внешнеэкономических операций, предусматривающих ввоз на территорию страны отдельных видов турецких товаров, также был введён запрет для организаций, находящихся под юрисдикцией Турции, на выполнение ими отдельных видов работ и оказание услуг на территории России, а также запрет для работодателей на привлечение с 1 января 2016 года работников из числа граждан Турции. Кроме того, был приостановлен безвизовый режим между двумя странами, МИД России выступил с рекомендацией не посещать Турцию, из-за чего туроператоры приостановили продажу путевок.

54[□]Terrorists ‘stick to Turkish border’, Russia to continue targeting them – Kremlin // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/323393-russia-terrorists-turkish-border/> (дата обращения: 23.04.2016)

55[□]Turkish F-16 attacked Russian Su-24 without warning, both were above Syria – commander // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/323651-turkey-su24-downing-syria/> (дата обращения: 23.04.2016)

Телеканал ВВС изначально освещал обе версии произошедшего, анализируя аргументы обеих сторон, однако приоритет и доверие выказывалось турецкому объяснению конфликта:

- Turkey releases audio of «warning» to downed Russia jet⁵⁶ («Турция опубликовала аудиозапись «предупреждения» для сбитого российского самолета»);
- Obama: «Turkey has the right to defend its airspace»⁵⁷ («Обама: «Турция имеет право защищать свое воздушное пространство»);
- Turkey «won't apologize» for downing Russia jet⁵⁸ («Турция «не будет извиняться» за сбитый российский самолет);
- Turkey has challenged Russia to prove its claim that Ankara shot down a Russian plane in order to protect its oil trade with Islamic State (IS)⁵⁹ («Турция потребовала доказательств утверждения России, что Анкара сбила российский самолет, чтобы защитить нефтяную торговлю с исламским государством»);
- Turkey-Russia row: A brief history of presidential war of words⁶⁰ («Турецко-Российский спор: краткая история президентской войны слов»);

Кроме того, материалы критического характера публиковала и «Русская служба ВВС» - в статьях анализировались вопросы законности ввода российских войск в Сирию, юридические тонкости, закон «Об Обороне», а также исторические примеры вхождения российских войск в другие государства (Афганистан, Корея и др.)⁶¹.

56 Turkey releases audio of «warning» to downed Russia jet // ВВС [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-34929242> (дата обращения: 27.04.2016)

57[□]Obama: «Turkey has the right to defend its airspace» // ВВС [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-us-canada-34915752> (дата обращения: 27.04.2016)

58[□]Turkey «won't apologise» for downing Russia jet // ВВС [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-34963151> (дата обращения: 27.04.2016)

59[□]Turkey challenges Russia over IS oil trade claim // ВВС [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-34971506> (дата обращения: 27.04.2016)

60[□]Turkey-Russia row: A brief history of presidential war of words // ВВС [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.co.uk/news/world-europe-34971902> (дата обращения: 27.04.2016)

Телеканал CNN также подробно анализировал инцидент с обеих сторон, припоминая предыдущие случаи нарушения турецкой воздушной границы российскими беспилотниками:

- 5 things you need to know about Russian jet shot down by Turkey⁶² («5 вещей, которые нужно знать о российском самолете, сбитем Турцией»);

- Russian jet incident underscores need for U.S. leadership, former official says⁶³ («Инцидент с российским самолетом подчеркивает необходимость руководства США, заявил бывший чиновник»);

- Putin: Turkey will regret downing of Russian warplane⁶⁴ («Путин: Турция пожалеет о том, что сбита российский военный самолет»);

- Moscow says Turkey shot down plane to protect oil trade with ISIS⁶⁵ (Москва заявила, что Турция сбита самолет, чтобы защитить нефтяную торговлю с ИГИЛ);

- Putin calls jet's downing «stab in the back»; Turkey says warning ignored⁶⁶ («Путин назвал сбитый самолет «ударом ножа в спину»; Турция заявила, что предупреждения были проигнорированы»);

3. Развитие конфликта на Украине, российско-турецкие отношения.

61[□] Война в Сирии: Москва предпочла не таиться // Русская служба BBC [Электронный ресурс]. URL: http://www.bbc.com/russian/international/2015/09/150930_russia_syria_deployment_analysis (дата обращения: 27.04.2016)

62[□] 5 things you need to know about Russian jet shot down by Turkey // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2015/11/24/middleeast/russia-turkey-jet-downed-syria/index.html> (дата обращения: 27.04.2016)

63[□] Russian jet incident underscores need for U.S. leadership, former official says // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2015/11/24/world/syria-amanpour-burns/index.html> (дата обращения: 27.04.2016)

64[□] Putin: Turkey will regret downing of Russian warplane // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/videos/world/2015/12/03/russia-turkey-putin-dougherty-sot.cnn> (дата обращения: 27.04.2016)

65[□] Moscow says Turkey shot down plane to protect oil trade with ISIS // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2015/12/01/europe/syria-turkey-russia-warplane-tensions/index.html> (дата обращения: 27.04.2016)

66[□] Putin calls jet's downing 'stab in the back'; Turkey says warning ignored // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2015/11/24/middleeast/warplane-crashes-near-syria-turkey-border/index.html> (дата обращения: 27.04.2016)

Осенью 2015 года украинские власти ввели дополнительные санкции в отношении России, в том числе против физических и юридических лиц, ограничения на полеты над территорией страны для российских авиакомпаний (позже – прекращение воздушного сообщения с Россией). Для урегулирования конфликта в целом с июля 2014 г. проводились трехсторонние переговоры РФ, Евросоюза и Украины по вопросу Соглашения об ассоциации между ЕС и Украиной в контексте его влияния на торговлю с Россией. Консультации продолжались до декабря 2015 г., однако они так и не привели к разработке документа, который удовлетворял бы все стороны. 16 декабря 2015 г. президент РФ Путин подписал указ, согласно которому с 1 января 2016 г. было приостановлено действие договора о зоне свободной торговли СНГ в отношении Украины. Пристальное внимание международных СМИ также было приковано к украинской военнослужащей Надежде Савченко и судебному процессу, связанному с делом об убийстве российских журналистов. По версии российских властей, 17 июня 2014 г. вблизи поселка Металлист под Луганском по наводке Савченко были убиты двое российских журналистов – корреспондент ВГТРК Игорь Корнелюк и его звукорежиссер Антон Волошин. Савченко признали причастной к убийству и приговорили к 22 годам лишения свободы, судебный процесс длился почти два года. Большое количество аналитических материалов международных журналистов было посвящено неясным обстоятельствам, при которых Надежда Савченко оказалась на территории России. По версии украинской стороны, ее вывезли незаконно в результате сговора повстанцев и российских спецслужб. Сама Савченко утверждала, что была вывезена насильственно, с мешком на голове и в наручниках⁶⁷. В российской версии событий украинская военнослужащая самостоятельно пересекла российско-украинскую границу и была задержана на территории РФ как подозреваемая по уголовному делу об

⁶⁷ Савченко вывезли в Россию с мешком на голове и в наручниках, — консул // 24 канал [Э л е к т р о н н ы й р е с у р с]. URL: http://24tv.ua/ru/savchenko_vivezli_v_rossiyu_s_meshkom_na_golove_i_v_naruchnikah__konsul_n464956 (дата обращения: 27.04.2016)

убийстве журналистов. СК РФ отрицал насильственный вывоз Савченко в Россию.

На протяжении всего судебного процесса в мировых СМИ дискутировали о правах человека, статусе Савченко (10 октября 2014 г. организация «Мемориал» признала ее политзаключенной), международная правительственная организация Amnesty International призывала освободить украинскую военнослужащую. В январе 2015 г. Парламентская ассамблея Совета Европы признала полномочия Савченко как члена Ассамблеи от Украины – с этого момента по уставным документам СЕ на Савченко был распространен международный иммунитет, однако глава делегации РФ Пушков заявил, что требование освободить подозреваемую имеет силу только в случае, если Россия останется в составе ПАСЕ⁶⁸ (в январе 2016 г. Россия отказалась от участия в зимней сессии Парламентской Ассамблеи; в 2014 и 2015 гг. ПАСЕ лишала делегацию России возможность участия в мероприятиях).

Также в новостях об Украине и российско-украинских взаимоотношениях освещались расследования авиационной катастрофы самолета Boeing 777 компании «Малазийские авиалинии», следовавшего из Амстердама в Куала-Лумпур, который сбили 17 июля 2014 года на границе Донецкой и Луганской областей, в районе вооруженного противостояния на востоке Украины. В результате погибли 298 человек, катастрофа вошла в десятку крупнейших в истории авиации. Все стороны конфликта отрицали свою причастность: украинские власти заявили, что имеют доказательства того, что самолет сбил зенитный ракетный комплекс «Бук», повстанцы утверждали, что не имеют подобного оборудования, которое могло бы сбить самолет на такой высоте. Журналисты ВВС занимались расследованием происшествия, в мае 2016 г. был опубликован фильм под названием: «Теория заговора: кто сбил рейс МН17», где анализируются несколько версий, однако

⁶⁸ В ПАСЕ да не все // Коммерсант [Электронный ресурс]. URL: <http://kommersant.ru/doc/2655868> (дата обращения: 27.04.2016)

в результате авторы приходят к выводу, что самолет сбил российский «Бук», что не могло не вызвать негативную реакцию в российских СМИ.

Российско-украинские отношения несколько лет стояли в центре внимания международных СМИ и, несмотря на то, что в современной международной обстановке конфликт отошел на «второй план», именно на примере информационного сопровождения этих новостей ярче всего просматриваются противоречия в точке зрения СМИ разных стран на происходящие события.

Телеканал RT публиковал материалы со следующими заголовками:

- Ukraine can return to 'uncontrolled crisis' – Finance Minister⁶⁹ («Украина может вернуться к «неконтролируемому кризису» - министр финансов»);
- Ukraine wants to criminalize calling Russia «Russia»⁷⁰ («Украина хочет ввести уголовную ответственность за называние России «Россией»);
- NATO used Ukraine conflict to overcome «identity crisis» – Russian envoy⁷¹ («НАТО использует конфликт на Украине, чтобы преодолеть «кризис идентичности»);
- Kiev protesters demand resignations & early elections, mull forming «popular government»⁷² («Киевские протестующие требуют отставки и досрочные выборы, обдумывается образование «народного правительства»);

⁶⁹Ukraine can return to «uncontrolled crisis» – Finance Minister // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/business/332140-ukraine-economic-crisis-jaresko/> (дата обращения: 29.04.2016)

⁷⁰Ukraine wants to criminalize calling Russia «Russia» // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/333076-ukraine-wants-ban-russia/> (дата обращения: 29.04.2016)

⁷¹NATO used Ukraine conflict to overcome «identity crisis» – Russian envoy // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/333310-nato-russia-ukraine-crisis/> (дата обращения: 29.04.2016)

⁷²Kiev protesters demand resignations & early elections, mull forming «popular government» // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/333211-kiev-protest-government-resignation/> (дата обращения: 29.04.2016)

- Kiev trains «special unit» to take back Crimea from Russia – Ukrainian Interior Minister⁷³ («Киев готовит «специальные подразделения», чтобы вернуть Крым от России Украине»);

- «Hollow threats?» New Ukraine sanctions on Russia doubted by Putin’s press secretary⁷⁴ («Пустые угрозы?» пресс-секретарь Путина усомнился в новых украинских санкциях в отношении России);

- Savchenko denied access to Ukrainian doctors over obscene behavior in court – Lavrov⁷⁵ («К Надежде Савченко не допустили украинских врачей после непристойного поведения в суде»);

- Savchenko case used as excuse to step up anti-Russian campaign in Europe – State Duma deputy⁷⁶ («Дело Савченко используется в качестве предлога, чтобы усилить антироссийскую кампанию в Европе - депутат Госдумы»);

Новости, опубликованные и продемонстрированные телеканалом ВВС, содержат большое количество материалов о роли ЕС в урегулировании конфликта:

- Russia-Ukraine discuss jailed Ukrainian and Russian «soldiers»⁷⁷ («Россия и Украина обсуждают заключенных украинских и российских «военнослужащих»);

⁷³ Kiev trains «special unit» to take back Crimea from Russia – Ukrainian Interior Minister // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/333801-ukraine-special-forces-crimea/> (дата обращения: 29.04.2016)

⁷⁴ «Hollow threats?» New Ukraine sanctions on Russia doubted by Putin’s press secretary // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/politics/253377-peskov-ukrainian-sanctions-putin/> (дата обращения: 29.04.2016)

⁷⁵ Savchenko denied access to Ukrainian doctors over obscene behavior in court – Lavrov // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/335066-savchenko-ukraine-trial-lavrov/> (дата обращения: 29.04.2016)

⁷⁶ Savchenko case used as excuse to step up anti-Russian campaign in Europe – State Duma deputy // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/politics/335108-savchenko-case-used-as-excuse/> (дата обращения: 29.04.2016)

⁷⁷ Russia-Ukraine discuss jailed Ukrainian and Russian «soldiers» // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-36078581> (дата обращения: 29.04.2016)

- Ukraine crisis: Leaders agree peace roadmap⁷⁸ («Украинский кризис: Лидеры согласовали дорожную карту мира»);
- Ukraine conflict: Russia's Vladimir Putin says war «unlikely»⁷⁹ («Украинский конфликт: Владимир Путин назвал войну «маловероятной»);
- Ukraine crisis: Leaders urge implementation of Minsk peace deal in 2016⁸⁰ («Украинский кризис: Лидеры призвали реализовать Минские мирные соглашения в 2016 г.»);
- Ukraine teeters a few steps from chaos⁸¹ («Украина балансирует в нескольких шагах от хаоса»);

CNN в свою очередь уделяет большое внимание роли Соединенных Штатов в российско-украинском конфликте и о значении действий со стороны России в международном масштабе. Кроме того, в новостях телеканала сопоставляются украинский кризис и действия российских военных в Сирии:

- U.S. official blames Russia for power grid attack in Ukraine⁸² («США обвиняют Россию в электросетевой атаке на Украине»);
- Ukraine crisis: Growing sense of despair⁸³ («Украинский кризис: растущее чувство отчаяния»);
- Ukraine's war on corruption⁸⁴ («Украинская война с коррупцией»);

⁷⁸ Ukraine crisis: Leaders agree peace roadmap // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-31435812> (дата обращения: 29.04.2016)

⁷⁹ Ukraine conflict: Russia's Vladimir Putin says war «unlikely» // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-31596634> (дата обращения: 29.04.2016)

⁸⁰ Ukraine crisis: Leaders urge implementation of Minsk peace deal in 2016 // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-35201239> (дата обращения: 29.04.2016)

⁸¹ Ukraine teeters a few steps from chaos // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-35483171> (дата обращения: 29.04.2016)

⁸² U.S. official blames Russia for power grid attack in Ukraine // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2016/02/11/politics/ukraine-power-grid-attack-russia-us/index.html> (дата обращения: 29.04.2016)

⁸³ Ukraine crisis: Growing sense of despair // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2016/03/03/world/ukraine-un-report/index.html> (дата обращения: 29.04.2016)

⁸⁴ Ukraine's war on corruption // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/videos/world/2016/02/10/ukraine-war-on-corruption-pkg-sebastian.cnn> (дата обращения: 29.04.2016)

- U.S. general: Syria involvement not impacting Russian operations in Ukraine⁸⁵ («Генерал США: Вовлеченность в сирийский конфликт не влияет на российские операции на Украине»);

- Ukraine: Now we must 'get those responsible' for MH17⁸⁶ («Украина: сейчас мы должны «найти ответственных» за MH17»);

- Putin's playbook in Syria draws on Ukraine and loathing for revolution⁸⁷ («Путинская схема игры в Сирии опирается на Украину и ненависть к революциям»);

4. Оффшорный скандал.

«Панамское досье» или «Панамские документы» - такое неформальное название получила утечка секретных данных крупнейшей юридической компании Mossack Fonseca. На обработку документов, которые изначально получила немецкая газета *Süddeutsche Zeitung* в 2015 году от анонимного источника, ушло около полугода, в работе принимали участие журналисты разных стран. В расследовании содержатся данные о высокопоставленных лицах разных стран, их друзьях и родственниках (в том числе, о российских чиновниках) – в документах идет речь о схемах вывода денежных средств через оффшорные компании. Информация была опубликована 3 апреля, в России материал выпустила «Новая газета». Реакция последовала незамедлительно – в частности, премьер-министр Исландии, упомянутый в расследовании, сбежал с интервью после соответствующего вопроса журналиста, позже заявил о своей отставке, потом отказался покидать пост. Премьер-министр Великобритании Дэвид Кэмерон признал факт владения пакетом акций, однако в период до того, как стал главой правительства. Во

⁸⁵ U.S. general: Syria involvement not impacting Russian operations in Ukraine // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2015/12/09/politics/syria-russia-ukraine-putin/index.html> (дата обращения: 29.04.2016)

⁸⁶ Ukraine: Now we must «get those responsible» for MH17 // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/videos/world/2015/10/13/mh17-intv-amanpour-pleitgen-pavlo-klimkin-ukraine.cnn> (дата обращения: 29.04.2016)

⁸⁷ Putin's playbook in Syria draws on Ukraine and loathing for revolution // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2015/10/05/world/putin-syria-playbook/index.html> (дата обращения: 29.04.2016)

многих странах начались проверки информации, Китай отказался комментировать скандал, в России материалы назвали спекуляцией, на Украине лидер «Радикальной партии» Олег Ляшко призвал президента Петра Порошенко уйти в отставку из-за опубликованной информации об оффшорной компании на Британских Виргинских островах. Примечательно, что за неделю до публикации панамских документов, пресс-секретарь президента РФ Дмитрий Песков сделал заявление, утверждая, что за рубежом готовится информационная атака на Владимира Путина и его окружение, однако в итоге масштаб информационной утечки оказался куда большим.

На RT публиковались следующие материалы, связанные с оффшорным скандалом:

- Panama Papers: German paper publishes «biggest leak in history» on corruption⁸⁸ («Панамские документы: Немецкие газеты опубликовали «величайшую утечку в истории»);

- Putinophobia hits boiling point: Kremlin says «insinuations» in Panama leak don't need response⁸⁹ (Путинофобия доходит до «точки кипения»: представителя Кремля заявили, что инсинуации в Панамской утечке не нужно комментировать);

- Panama leak reveals more about Western journalism than Vladimir Putin⁹⁰ («Панамская утечка раскрывает больше о Западной журналистике, чем Владимире Путине»);

⁸⁸ Panama Papers: German paper publishes «biggest leak in history» on corruption // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/338270-panama-papers-corruption-report/> (дата обращения: 02.05.2016)

⁸⁹ Putinophobia hits boiling point: Kremlin says «insinuations» in Panama leak don't need response // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/338335-peskov-panama-leak-putin/> (дата обращения: 02.05.2016)

⁹⁰ Panama leak reveals more about Western journalism than Vladimir Putin // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/op-edge/338388-putin-western-media-leaks/> (дата обращения: 02.05.2016)

- Panama Papers leak not specifically directed against Russia – ICIJ head⁹¹ («Утечка Панамских документов не направлена конкретно против России – глава «Международного консорциума журналистских расследований»);

- Confusion in Iceland as PM says he did not resign⁹² («Конфуз в Исландии – премьер-министр заявил, что не подает в отставку»);

- Ukraine’s Petro Poroshenko: The biggest loser from the Panama Papers?⁹³ («Петр Порошенко: самый большой неудачник в Панамских документах?»);

В Великобритании большое количество материалов было посвящено реакции каждой страны, чьи политические лидеры либо граждане оказались упомянуты в расследовании, в особенности России:

- Panama Papers: US opens criminal investigation⁹⁴ («Панамские документы: Соединенные Штаты начинают уголовное расследование»);

- Panama Papers: Putin sorry for Sueddeutsche Zeitung error⁹⁵ («Панамские документы: Путин сожалеет об ошибках «Южногерманской газеты»);

- Panama Papers: Putin denies any wrongdoing⁹⁶ («Панамские документы: Путин отрицает какие-либо нарушения»);

- Panama Papers: Putin rejects corruption allegations⁹⁷ («Панамские документы: Путин отрицает обвинения в коррупции»);

⁹¹ Panama Papers leak not specifically directed against Russia – ICIJ head // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/338439-panama-papers-icij-leak-russia/> (дата обращения: 02.05.2016)

⁹²

Confusion in Iceland as PM says he did not resign // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/338534-iceland-prime-resign-panama/> (дата обращения: 02.05.2016)

⁹³ Ukraine’s Petro Poroshenko: The biggest loser from the Panama Papers? // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/op-edge/338675-ukraines-petro-poroshenko-biggest-loser/> (дата обращения: 02.05.2016)

⁹⁴ Panama Papers: US opens criminal investigation // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/business-36091549> (дата обращения: 02.05.2016)

⁹⁵ Panama Papers: Putin sorry for Sueddeutsche Zeitung error // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-36053524> (дата обращения: 02.05.2016)

⁹⁶ Panama Papers: Putin denies any wrongdoing // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-35991263> (дата обращения: 02.05.2016)

⁹⁷ Panama Papers: Putin rejects corruption allegations // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-35989560> (дата обращения: 03.05.2016)

- Panama Papers: How Moscow and Beijing reported Panama⁹⁸ («Панамские документы: Как Москва и Пекин освещают панамский скандал»);
- Panama papers: BBC reporters examine the reaction⁹⁹ («Панамские документы: журналисты BBC изучили реакции»);
- CNN также широко осветил реакции на скандал в разных странах:
- Panama Papers: Rich and powerful respond to claims they hid billions offshore¹⁰⁰ («Панамские документы: Богатые и власть имущие ответили на обвинения о спрятанных в офшорах миллиардах»);
- Putin and the Panama Papers: Why power means more than money¹⁰¹ (Путин и Панамские документы: почему власть значит больше, чем деньги);
- Beijing is censoring searches about the Panama Papers¹⁰² («Пекин подверг цензуре поисковые запросы о Панамских документах»);
- Panama Papers: People take to the streets in Iceland¹⁰³ («Панамские документы: Люди в Исландии выходят на улицы»);
- Panama Papers: Banks dismiss claims they helped hide money¹⁰⁴ («Панамские документы: Банки отвергли обвинения в пособничестве сокрытия средств»);

98[□]Panama Papers: How Moscow and Beijing reported Panama // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-35959855> (дата обращения: 03.05.2016)

99[□]Panama papers: BBC reporters examine the reaction // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-35973421> (дата обращения: 03.05.2016)

100[□]Panama Papers: Rich and powerful respond to claims they hid billions offshore // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://money.cnn.com/2016/04/04/news/panama-papers-offshore-accounts-investigation/index.html> (дата обращения: 03.05.2016)

101[□]Putin and the Panama Papers: Why power means more than money // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2016/04/06/europe/chance-putin-panama-papers/index.html> (дата обращения: 03.05.2016)

102[□]Beijing is censoring searches about the Panama Papers // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://money.cnn.com/2016/04/05/news/panama-papers-china-censorship/index.html> (дата обращения: 03.05.2016)

103[□]Panama Papers: People take to the streets in Iceland // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2016/04/04/world/gallery/panama-papers-iceland/index.html> (дата обращения: 03.05.2016)

104[□]Panama Papers: Banks dismiss claims they helped hide money // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://money.cnn.com/2016/04/05/news/companies/panama-papers-banks/index.html> (дата обращения: 03.05.2016)

Таким образом, в освещении международных событий различными телеканалами, прослеживаются определенные тенденции, связанные с вопросами эфирной политики каждой выбранной для анализа медиакомпания. Для наглядного сравнения разницы международной повестки, а также подачи информации в контексте формирования имиджа государств, необходимо сравнить верстку телевизионного эфира CNN, BBC и RT на примере одного дня. Большое количество внимания и множество различных предположений было выдвинуто журналистами, аналитиками и политиками относительно вывода российских войск из Сирии, поскольку для стран Запада и Европы такой шаг стал своеобразным сюрпризом. Президент Путин приказал начать вывод военнослужащих с 15 марта, однако известно об этом стало накануне. Именно на примере публикаций, касающихся этого шага, проведен контент анализ наполнения телеэфира каналов CNN, BBC и RT.

В эфире RT новости о выводе войск посвятили следующие материалы:

- Putin orders start of Russian military withdrawal from Syria, says «objectives achieved»¹⁰⁵ («Путин приказал начать вывод российских войск из Сирии, заявив «цели достигнуты»);
- Russia starts withdrawal from Syria¹⁰⁶ («Россия начинает вывод войск из Сирии»);
- 9,000 sorties, 400 localities freed: What Russia has achieved during its 5-month Syria operation¹⁰⁷ («9000 боевых вылетов, 400 населенных пунктах освобождены: Чего достигла Россия за время своей 5-месячной операции в Сирии»);

¹⁰⁵ Putin orders start of Russian military withdrawal from Syria, says «objectives achieved» // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/335554-putin-orders-syria-withdrawal/> (дата обращения: 03.05.2016)

¹⁰⁶ Russia starts withdrawal from Syria // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/335565-russia-start-withdrawal-syria/> (дата обращения: 05.05.2016)

¹⁰⁷ 9,000 sorties, 400 localities freed: What Russia has achieved during its 5-month Syria operation // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/news/335596-russia-syria-operation-results/> (дата обращения: 05.05.2016)

В материалах содержится большое количество ссылок на заявления официальных властей России и президента Путина, подводятся итоги военной операции с расписанными успехами в борьбе с терроризмом, комментарии президента Сирии Башара Асада (с благодарностями российским военным и властям). Также отдельно упоминается, что целью России на территории Сирии были именно террористические группировки: «The Russian Air Force has been carrying out airstrikes against Islamic State (IS, formerly ISIS/ISIL) and other terrorist targets in the region, eliminating military equipment, communication centers, vehicles, arms and fuel depots» (BBC России осуществляют авиаудары против исламского государства (ИГ, ранее ИГИЛ) и других террористических целей в регионе, исключая военную технику, узлы связи, транспортные средства, оружие и складов горючего).

Также опубликованные материалы содержат информацию о реакции российских и международных СМИ и политических деятелей на приказ Путина, в том числе материалы газеты «Комсомольская правда», комментарий госсекретаря США Джона Керри, политического советника сирийского президента доктора Шаабана.

Телеканал BBC скрупулезно анализировал заявления и сопоставлял факты – журналисты искали скрытые мотивы вывода войск и оценивали роль России в сирийском конфликте и изучали реакции на новость.

- Syria conflict: Russia «to continue air strikes» after withdrawal¹⁰⁸ («Сирийский конфликт: Россия «продолжит авиаудары» после вывода войск»);

- Syrians react to Russian withdrawal¹⁰⁹ («Сирийская реакция на вывод российских войск»);

108[□] Syria conflict: Russia «to continue air strikes» after withdrawal // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-35812371> (дата обращения: 05.05.2016)

109[□] Syrians react to Russian withdrawal // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/blogs-trending-35814167> (дата обращения: 05.05.2016)

- Russian media put positive spin on withdrawal from Syria¹¹⁰ («Российские медиа позитивно реагируют на новость о выводе войск из Сирии»);
- Syria war: Why is there fighting in Syria?¹¹¹ («Сирийская война: Почему здесь идут боевые действия?»);
- Russia's Syria pullback: A catalyst for peace?¹¹² («Российский уход из Сирии: катализатор мира?»);
- Syria conflict: First Russian planes leave after Putin surprise move¹¹³ («Сирийский конфликт: Первые российские самолеты улетают после неожиданного шага Путина»);

Телеканал CNN комментировал новость о выводе войск с крайне скептической точки зрения, отрицая реальный уход российских военных из Сирии. При этом в аналитических материалах приводятся доводы и о вреде присутствия военнослужащих России в Сирии, и о пользе вмешательства.

- Russia withdraws from Syria: What's next?¹¹⁴ («Россия выводит войска из Сирии: что дальше?»);
- Don't be fooled by Russian «withdrawal»¹¹⁵ («Не попадайтесь на удочку «вывода российских войск»);
- Russia begins Syria withdrawal but GOP attacks continue¹¹⁶ («Россия начала вывод войск из Сирии, но атаки продолжаются»);

110[□]Russian media put positive spin on withdrawal from Syria // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-35812761> (дата обращения: 05.05.2016)

111[□]Syria war: Why is there fighting in Syria? // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-35806229> (дата обращения: 05.05.2016)

112[□]Russia's Syria pullback: A catalyst for peace? // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-35815064> (дата обращения: 05.05.2016)

113[□]Syria conflict: First Russian planes leave after Putin surprise move // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-35809087> (дата обращения: 05.05.2016)

114[□]Russia withdraws from Syria: What's next? // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2016/03/15/world/russia-withdrawal-from-syria-whats-next/index.html> (дата обращения: 05.05.2016)

115[□] Don't be fooled by Russian 'withdrawal' // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2016/03/15/opinions/russia-syria-presence-aron/index.html> (дата обращения: 05.05.2016)

116[□]Russia begins Syria withdrawal but GOP attacks continue // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2016/03/15/politics/russia-withdrawal-syria-gop-attacks-continue/index.html> (дата обращения: 05.05.2016)

- Russia keeping its options open as its military forces leave Syria¹¹⁷ («Россия держит открытыми свои возможности после того как ее вооруженные силы покинули Сирию»);

Контент-анализ материалов, размещенных на официальных сайтах международных телеканалов, наглядно демонстрирует «точки опоры» при выборе освещения тем журналистами разных стран. Несомненно, в вопросе формирования имиджа России посредством СМИ нельзя не упомянуть о таких важнейших составляющих, как геополитические интересы разных государств, дипломатические заявления и новости, редакционная политика выбранных телеканалов и т.д. Проанализированная информация позволяет оценить способы, которыми пользуются журналисты для освещения событий в контексте формирования образа стран, а также их эффективность.

3.3. Эффективность формирования имиджа государства современными международными телеканалами

Исторически сложившиеся тенденции в инновещании каждой из рассмотренных стран фундаментально не изменились, однако претерпевают трансформации ввиду стремительно меняющейся мировой обстановки. В общей сложности, проанализировав более 100 материалов за период с 1.09.2015 г. по 30.04.2016 г., исследователь выделил следующие основные спорные моменты в подаче одной и той же информации разными сторонами и участниками событий:

¹¹⁷Russia keeping its options open as its military forces leave Syria // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2016/03/15/middleeast/russia-syria-withdrawal-analysis/index.html> (дата обращения: 05.05.2016)

- расхождение в фактах (разница преподносимой разными телеканалами информации);
 - особенности формулировки и лексики (используемые определения для произошедших событий и их последствий);
 - экспертные мнения определенного информационного «вектора» (приглашенные в эфир гости высказывают мнения, совпадающие с риторикой выбранного СМИ либо делают заявления и озвучивают предложения, соответствующие);
 - негативные новости о других странах (формирование отрицательных образов государств);
 - позитивные новости о своем государстве;

Среди способов формирования имиджа государства, использованных в материалах CNN, BBC и RT необходимо выделить следующие:

1. Формирование «образа врага» - способ используется как в США по отношению к России, так и в российских СМИ по отношению к Соединенным Штатам. Тенденция «демонизировать» друг друга корнями уходит еще во времена холодной войны, которая, по мнению журналистов, в современном мире перерастает в новую острую фазу¹¹⁸. При использовании этого способа характерны негативные новости о происходящем в стране-противнике (общественные протесты, социальные проблемы и т.д.); заявления официальных лиц с осуждениями тех или иных действий; анализ принципиальной разницы менталитетов (при этом менталитет страны-противника выставляется как несовершенный, порочный, неприемлемый); анализ исторических событий, выставляющий страну-противника в негативном образе; обвинения в нарушениях

¹¹⁸США-Россия: новая «холодная война»? // Голос Америки [Электронный ресурс]. URL: <http://www.golos-ameriki.ru/content/new-cold-war/1894864.html> (д а т а о б р а щ е н и я : 05.05.2016)

международного законодательства и мн.др. При этом обязательно используются и комментарии, касающиеся взаимных обвинений, в которых отрицаются обвинения государства-противника и объясняется необходимость тех или иных действий государства на международной политической арене. Широко используется так называемая «речевая агрессия» - посредством слов, имеющих наибольший и яркий эмоциональный и ассоциативный отклик у потребителей информации. К примеру, формирующий отношение к США язык новостей сквозит в материалах телеканала RT довольно недвусмысленно: в материале, опубликованном на англоязычном сайте телеканала, использована следующая формулировка: «In a fear and smear campaign being waged across NATO-dominated real estate, the Russian president is being portrayed as the personification of evil in an effort to hawk everything from military expansion to music videos»¹¹⁹ («в пугливой и клеветнической кампании, которая ведется во всех странах НАТО, где доминирует недвижимость, президент России изображается как олицетворение зла в попытке налететь как ястреб на все, от военной экспансии до музыкальных видео»). В то же время CNN и BBC предпочитают дипломатические формулировки, при этом смысловое наполнение дает возможность однозначно оценить отношение к России: «Russia is «most dangerous» threat facing U.S.»¹²⁰ («Россия является «самой опасной» угрозой для Соединенных Штатов»), «Opinion: Don't let Vladimir Putin get away with murder on British soil» («Мнение: Не дайте Владимиру Путину выйти сухим из воды после убийства на британской земле»).

119[□] Vladimir Putin, West's bogeyman extraordinaire, sells just about anything // RT [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rt.com/op-edge/339807-vladimir-putin-bogeyman-brand-sells/> (дата обращения: 08.05.2016)

120[□] Army leader: Russia is "most dangerous" threat facing U.S. // CNN [Электронный ресурс]. URL: <http://edition.cnn.com/2015/08/12/politics/russia-army-leader-dangerous-odierno/index.html> (дата обращения: 08.05.2016)

Великобритания, в свою очередь, также использует похожие методы, однако основные акценты в материалах BBC касаются угрозы странам ЕС со стороны России, нарушений прав человека, несвободы СМИ, массовой коррупции чиновников и политиков в стране и т.д. И BBC, и CNN активно используют советскую риторику в вопросе формирования имиджа России, как страны-продолжателя традиций Советского Союза.

2. Метод «дезинформации» - ложные данные, опубликованные в СМИ, направленные на формирование определенного отношения к предметам, явлениям, событиям и личностям. Телеканал RT регулярно обвиняют в публикации и распространении материалов, содержащих откровенную ложь. Здесь можно привести в пример заявление российского посла в Великобритании о том, что телеканал RT – второй по популярности в стране¹²¹, новость о плачевном состоянии военно-промышленного комплекса Украины¹²² и многое другое. CNN, в свою очередь, обвиняли в съемке и публикации постановочных сюжетов о войне в Сирии с привлечением актеров для создания определенного эффекта¹²³, также материалы телеканала BBC часто критикуются, как не соответствующие действительности – фильм о финансовом состоянии Владимира Путина, документальную ленту о крушении малазийского самолета и т.д.
3. Формирование стереотипов – этот метод напрямую связан с подсознательными реакциями общества на государства. К примеру, в

121[□] Российский посол назвал RT вторым по популярности каналом в Великобритании // Медуза [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/news/2016/02/12/rossiyskiy-posol-nazval-rt-vtorym-po-populyarnosti-kanalom-v-velikobritanii> (дата обращения: 08.05.2016)

122[□] В Украине посмеялись над путинским фейком о разорении украинского ВПК // Апостроф [Электронный ресурс]. URL: <http://apostrophe.com.ua/news/world/ex-ussr/2016-02-12/v-ukraine-posmeyalis-nad-putinskim-feykom-o-razorenii-ukrainskogo-vpk/49655> (дата обращения: 08.05.2016)

123[□] CNN уличен в постановке новостей о Сирии с актерами // Newsland [Электронный ресурс]. URL: <http://newsland.com/user/4297714285/content/cnn-ulichen-v-postanovke-novostei-o-sirii-s-akterami/4520976> (дата обращения: 08.05.2016)

России сейчас популярны и стереотипичны представления о Европейских странах, как о «грязных», «развратных» (в силу толерантности в государствах ЕС к людям с нетрадиционной сексуальной ориентацией и т.д.). По отношению к Америке сформированы стереотипы о самих американцах, как о глупом народе, который не знает истории, страдает от избыточного веса и ненавидят негров. В свою очередь за рубежом до сих пор сильны и постоянно поддерживаются международными СМИ стереотипы о России, как о потенциальном и агрессивном военном противнике. Первыми ассоциациями с российскими гражданами так и остались медведь, водка и балалайка, хотя эти стереотипы постепенно развеиваются.

4. Конструирование мифов – чаще всего используется для создания имиджа политического лидера, который, в свою очередь формирует и имидж государства. В России имидж Владимира Путина можно охарактеризовать как авторитетного покровителя-спасителя – обладающий властью, он вывел страну на новый уровень после периода перестройки и тревожных 90-х. И, тем не менее, одновременно он и помощник народа, помогающий страждущим и наказывающий провинившихся. PR-менеджеры включили в образ лидера РФ следующие составляющие: спортивность (дзюдо, хоккей, теннис и т.д.), экстремальность (полет на дельтаплане во главе косяка птиц), близость к народу (понятная простая речь, юмор при общении с гражданами, использование сниженной лексики – как то «мочить террористов» и т.д.), героизм (решительные действия – возвращение Крыма России, ввод войск в Сирию и т.п.). О популярности Путина говорят и показатели опросов, массивную долю фигура президента РФ занимает и в материалах телеканала RT. CNN и BBC также часто ссылаются и анализируют заявления главы российского государства, при этом подробно анализируя, что из себя

представляет Владимир Путин. Имидж президента за рубежом держится на следующих составляющих: бывший работник КГБ (отсылка ко временам Советского Союза со всеми вытекающими), коварный и агрессивный правитель¹²⁴ (через действия на Украине и в Сирии) и т.д.

Новости различных телеканалов постоянно анализируются международными журналистами множества стран и мира и многие из них приходят к выводам, что цензура как таковая присутствует во всех материалах, однако это редактирование информации разного толка и с разной основой. Если российские СМИ зачастую обвиняют в предвзятой подаче информации в угоду официальным властям страны и под их жестким контролем (а также самоконтролем журналистов и самоцензурой), то касательно американских журналистов высказывали мнение, что работники СМИ Соединенных Штатов имеют больше свободы из-за частной принадлежности медиа компаний. И если материал с разоблачительной информацией о Бараке Обаме не пройдет редактуру телеканалов с демократическим уклоном, есть издания, принадлежащие республиканцам и наоборот. Т.е. СМИ в Америке подконтрольны определенным группам людей, но не официальной власти в целом, в чем косвенно и упрекнул президента России Владимира Путина президент США Барак Обама, заявив, что он «не редактирует статьи до их публикации»¹²⁵. Таким образом, говоря о разнице стилей и степени проверок информации перед тем, как ее увидит свет, напрашивается вывод о степени самостоятельности журналистов разных стран.

Сравнивая деятельность журналистов корпорации BBC и телеканала RT, не следует забывать и об особенностях взаимоотношений России и

124[□] Vladimir Putin: Russia's action man president // BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-15047823> (дата обращения: 08.05.2016)

125[□] Обама: «В отличие от тебя, Владимир, я не редактирую статьи до их публикации» // RT по-русски [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/inotv/2016-03-29/Obama-V-otlichie-ot-tebya> (дата обращения: 08.05.2016)

Великобритании. Несмотря на то, что у Соединенного Королевства не было выраженных интересов в конфликте на Украине, отношения с Российской Федерацией в последние годы остаются напряженными. Немалую роль сыграли события последних лет, среди которых разногласия стран по вопросам экстрадиций, смерть в Великобритании бывшего работника Федеральной службы безопасности Александра Литвиненко, отказ Соединенного Королевства в экстрадиции Бориса Березовского и т.д. Тем не менее, утверждать, что журналисты ВВС занимают только пропагандой интересов английского правительства нельзя - зачастую имеет место нагнетание обстановки относительно Российской Федерации, однако в материалах данного СМК отражаются несколько точек зрения на происходящие в мире события. Одной из глобальных задач ВВС, в контексте формирования имиджа России, можно назвать обострение негативных суждений слушателей и зрителей о собственном государстве и его устройстве, для чего постоянно делаются отсылки на недавнее советское прошлое страны и его характерных черт в современной Российской Федерации. Тем не менее, руководствуясь принципами всестороннего освещения происходящих в мире событий, журналисты ВВС размещают материалы анализом российской точкой зрения на мировые процессы. Телеканал CNN делает упор на тоталитарный характер правления в России и вытекающие отсюда проблемы в виде высокого уровня коррупции и кризиса в экономике, непрозрачности финансов, отсутствия свободы слова и собраний, а также на желание страны удовлетворить свои территориальные интересы ценой жизни граждан другого государства. Телеканал RT использует уже известную стратегию борьбы против общего глобального и агрессивного врага, стараясь сплотить людей вокруг идей патриотизма. Таким образом, используя схожие методы воздействия, международные телеканалы формируют точки зрения своей аудитории, создавая два противоположных взгляда, при этом как такового стопроцентно объективного освещения событий нет ни в том, ни в другом эфире.

Об эффективности деятельности телеканалов можно судить по уровню доверия телезрителей новостям. По данным опросов, проведенных за 2015 г., цифры следующие: россияне стали меньше доверять информации из новостных программ¹²⁶ (см. иллюстрацию 4). В США и в Великобритании в 2015 г. наблюдается такая же тенденция - масс медиа доверяют 40% американцев¹²⁷ (см. иллюстрацию 5) и 38% жителей Великобритании (иллюстрация 6). При этом в вопросе формирования определенного отношения к другим государствам показательны следующие результаты опросов за 2015 год: в США негативно относятся к России 67% граждан¹²⁸, в Великобритании - 66%¹²⁹. В свою очередь, в России 75% опрошенных в 2015 г. заявили, что США и Великобритания - противники страны¹³⁰.

126[□] Уровень доверия к новостям на ТВ упал до минимума за 14 лет // Ведомости [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vedomosti.ru/technology/articles/2015/08/18/605149-uroven-doveriya-k-novostyam-na-tv-upal-do-minimuma-za-14-let> (дата обращения: 08.05.2016)

127[□] Americans' Trust in Media Remains at Historical Low // Gallup [Электронный ресурс]. URL: http://www.gallup.com/poll/185927/americans-trust-media-remains-historical-low.aspx?g_source=Politics&g_medium=newsfeed&g_campaign=tiles (дата обращения: 08.05.2016)

128[□] Американские социологи оценили масштаб неприязни к России в мире // РБК [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rbc.ru/politics/05/08/2015/55c233a59a7947725abe412f> (дата обращения: 08.05.2016)

129[□] Великая и ужасная // Газета [Электронный ресурс]. URL: http://www.gazeta.ru/comments/2015/08/06_e_7671049.shtml (дата обращения: 08.05.2016)

130[□] Неприязнь россиян к политике США за последние восемь лет стала рекордной // Newsru [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newsru.com/russia/14oct2015/dislike.html> (дата обращения: 08.05.2016)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках нашего исследования были поставлены задачи изучить основные этапы становления и развития международного вещания, определить понятие «имидж государства» и выявить актуальные способы его формирования международными телекомпаниями США, Великобритании и России. Проанализировав контент телеканалов CNN, BBC и RT мы пришли к следующим выводам.

Уровень доверия к иновещательным корпорациям падает во всем мире. Как правило, он напрямую зависит от информационных материалов, транслируемых телеканалом, его репутации и политических интересов страны, где работают журналисты рассматриваемого масс медиа. Современная журналистика со временем все больше подчиняется коммерческим и геополитическим интересам разных государств, что не

может не отражаться на доверии граждан к иновещательным структурам. Позитивный имидж государства в современных политических реалиях приобретает все большее значение внутри страны (равно как и поддержание негативных имиджей других стран) и все затруднительнее для масс медиа поддерживать определенный образ для зарубежных граждан. При этом, проследив историю развития иновещания необходимо отметить, что территориально международная журналистика продолжает следовать традициям, заложенным при возникновении, будь то государственная модель вещания, коммерческая или общественная. Противоречия, выявляемые при анализе контента телеканалов в освещении событий, также непосредственно указывают на определенные интересы, продвигаемые каждой из телекомпаний, которые, в свою очередь, зачастую напрямую зависят от политических и других интересов государств. Российские международные масс медиа в современных информационных противостояниях, сравнительно с зарубежными коллегами, подвергаются гораздо большей критике вследствие разницы преподносимой информации.

Способы формирования имиджа государств, выявленные при проведении контент-анализа международных телеканалов, так или иначе, содержат манипулятивные приемы и направлены на создание определенных образов у потребителей информации, относительно событий, персоналий и т.д. Среди самых распространенных способов формирования имиджа государства, используемых современными масс медиа, следует выделить следующие, по нашему мнению наиболее эффективные:

- Формирование «образа врага»;
- Формирование стереотипов;
- Метод дезинформации;
- Конструирование мифов;

Данные опросов граждан России, Великобритании и США дают возможность оценить эффективность данных способов формирования имиджа страны. Следуя цифрам, журналистам США и Великобритании

успешно удалось создать образ опасной и «дикой» России, во главе которой стоит деспотичный правитель (учитывая также тот факт, что такой имидж достался РФ и в наследство от Советского Союза). В свою очередь российские журналисты также успешно поддерживают внутри страны образ, в первую очередь, Америки как «врага России» (противостояние уходит корнями во времена Холодной войны) и негативное отношение к Великобритании. Однако касаясь темы именно международных новостей необходимо отдать должное CNN и BBC – в работе данных телеканалов гораздо шире освещены мировые события, представлено больше точек зрения, нежели в работе телеканала RT, где альтернативный от российского взгляд на события жестко критикуется. Кроме того, имидж RT страдает и от многочисленных новостей о дезинформации в контенте телеканала. Тем не менее, зарубежные медиа вынуждены считаться с российским СМИ, особый акцент и внимание уделяется финансовой составляющей – за рубежом признают, что телеканал составляет конкуренцию не только благодаря журналистскому уровню, но и вследствие гигантского финансирования правительством РФ. Кроме того важно помнить, что масс медиа в лице CNN и BBC имеют определенную репутацию, которая нарабатывалась годами и несмотря на все расхождения в суждениях, в целом телеканалам доверяют зарубежные зрители, в то время как RT, изначально созданный в России для информационного воздействия, априори вызывает настороженность.

Также, подводя итоги проделанной работы, необходимо обозначить следующие моменты: огромное значение при формировании имиджа государства имеет различие культур народов – в России больше количество внимания сегодня уделяется вопросам идейного объединения людей с помощью СМИ, большое количество отсылок делается к временам СССР (например, возрождение норм ГТО и др.). С одной стороны, тактика имеет определенный успех, но при этом все-таки делит общество на согласных и несогласных, особенно учитывая нынешнюю экономическую обстановку, нехватку денежных средств, огромное количество информации о высоком

уровне коррупции и неравноправия в стране, скандальные материалы о технике проведения выборов и т.д.

В журналистике сегодня на первом месте по значению стоят международные новости, связанные с военными конфликтами, вопрос степени участия в них других стран и их последствия. При этом необходимо отметить, что, несмотря на разницу культур, способы и методы воздействия международных телеканалов похожи и, к сожалению, ставят под сомнение стопроцентную объективность в освещении событий. Тем не менее, проанализировав показатели эффективности работы телеканалов, очевидно, что международные телекомпании гораздо успешнее конструируют положительный имидж государства для соотечественников, равно как и негативные образы других стран внутри государства, в то время как за рубежом преподносимая картина происходящего в мире, вследствие конкуренции и альтернативных новостей, гораздо категоричнее ставится под сомнение.

Учитывая стремительные изменения в современном мире, тема объективности освещения событий международными масс медиа сохраняет актуальность и становится все более важной, поскольку информационное пространство все больше подвергается искажениям и ограничениям. Анализ контента телеканалов, сравнение преподносимой информации различными источниками на разных языках позволяет собрать более полную картину происходящего и проследивать причинно-следственные связи создания журналистских материалов. Подводя итог, исследователь считает необходимым отметить, что будущее мировой журналистики в целом и российской в частности в огромной степени будет зависеть от тех представителей профессии, которые будут готовы полноценно освещать события, добывать и публиковать достоверную информацию вне зависимости от ее характера, политического подтекста либо опасностей, которыми могут грозить раскрытия данных.

Почему так важна объективность и всестороннее освещение событий? На наш взгляд, международная журналистика в целом и российская в частности все ближе к трансформации в пропагандистский орган. Искажение данных и неполная картина происходящего влечет за собой следующие последствия: неправильное представление о происходящих в мире событиях, вследствие этого – неподготовленность к возможным кардинальным изменениям в мировой обстановке, небезопасность работы журналистом (при условии взаимодействия с определенными персонами и материалами) и т.д. Тревожными «звоночками» данной тенденции могут служить примеры закрытия СМК, смены руководства в отдельно взятых масс медиа, нападения на журналистов (исходы вплоть до смертельных), цензура в редакциях СМИ (появление запретных тем, редактур «углов освещения» событий), сомнительные уголовные дела, несправедливые судебные решения и т.п.

Подводя итоги, отметим, что основное положение, выносимое на защиту, на наш взгляд полностью оправдано результатами проведенной работы: в современном мире масс медиа важнейшей характеристикой работы международных журналистов стало сохранение объективного взгляда на происходящие события, вне зависимости от политических задач каждого государства. Одним из материалов, который можно привести в пример, который получил широчайшую огласку и отклик со всего мира, стало расследование международными журналистами разных стран так называемых «панамских документов». Материал, на наш взгляд - образец качественной работы с важнейшими данными, которые охватили десятки государств и власть имущих, звезд спорта и кино, целые корпорации, не делая исключений. Одна из несомненных заслуг подобных расследований – они не только ценны с точки зрения непосредственно содержащейся информации, но и с точки зрения реакции на материалы в различных странах.

Также следующую часть положения, выносимого на защиту, мы тоже считаем защищенной - информационное противостояние во многом провоцирует усиление контроля работы инновационных структур и

выстраивание определенного имиджа страны. При этом необходимо отметить, что чем жестче регулируется информационная картина мира, тем меньшим доверием пользуются СМК (такие выводы мы сделали также исходя из данных опросов и статистики).

Считаем необходимым отметить, что на наш взгляд, тенденции в развитии российской в частности и международной журналистики в целом следующие – в обществе нарастает потребность в получении качественной и разносторонней информации, вследствие падения доверия телезрители все чаще обращаются к сети Интернет для сравнения данных относительно определенных событий. Самым популярным и одновременно опасным способом соблюдения «баланса правды» по-прежнему остаются журналистские расследования, которые включают работу с источниками, приближенными к тем или иным персонам (или осведомленные об определенных событиях). При этом в зависимости от уровня свободы средств массовой коммуникации, добыча и публикация материалов, невыгодных отдельным личностям либо организациям в определенных странах все более затруднительна и опасна.

Список литературы

1. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2005.
2. Богдан Е.Н. «Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики»: автореф. дис. ... канд. филол. н. – М., 2007.
3. Варганова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003.
4. Гавра Д. П. Внешний имидж государства: понимание категории и структурные модели // Имидж государства / региона: современные подходы: новые идеи в теории и практике коммуникации: сб. науч. трудов. Вып. 3. – СПб., 2009.
4. Гавра Д. П., Таранова Ю. В. Имидж территориальных субъектов в современном информационном пространстве. - СПб.: С.- Петерб. гос. ун-т, Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2013.

5. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. СПб, 2001.
6. Михайлов С.А. Журналистика Соединенных Штатов Америки. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004 г.
7. Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. – М., 2001.
8. Прайс М. Масс-медиа и государственный суверенитет, М.: Изд-во МГУ, 2004.
9. Шерель А.А. Радиожурналистика. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000.
10. Monroe E. Price. Media and Sovereignty. The Global Information Revolution and Its Challenge to State Power, 2002.
11. Randall D. The Universal Journalist, 1996.
12. Жукова Н. А. Сравнительный анализ роли СМИ в политическом процессе России и США (1991-2008 гг.) // Автореферат дисс. канд. полит. наук. - Москва, 2008.
13. Засурский И. И. СМИ России в условиях глобальных процессов трансформации (Формирование новой системы информации и ее роль в политической жизни страны, 1990-1998 годов) // Дисс. канд. филол. наук. -Москва, 1998.
14. Засурский Я. Н. Глобальная структура международной информации. «Вестник Московского университета», № 3 – 2012 – Май – Июнь.
15. Кузьмин А. М. Контроль информационных потоков в медиа среде как важнейшая функция информационно-управляющей системы. «Вестник Московского университета», №5 – 2010 – Сентябрь-Октябрь.
16. Михальченко В. Л. Коммуникационная стратегия PR: бренд, имидж, репутация. «Вестник Московского университета», №4 за 2010 год.
17. Стровский Д. Л., Саймонс Г. Открытые коммуникации как инструмент формирования репутации государства (на примере современной России). «Вестник Московского университета», № 5 – 2013 – Сентябрь – Октябрь.

18. Официальный сайт телеканала RT. URL: <https://www.rt.com/about-us/>
19. Официальный сайт телеканала CNN. URL: <http://edition.cnn.com/>
20. Официальный сайт телеканала BBC. URL: <http://www.bbc.com/>
21. Информационное агентство РБК. URL: <http://www.rbc.ru/>
22. Новостной портал Newsru. URL: <http://www.newsru.com/>
23. Электронная газета Gazeta. URL: <http://www.gazeta.ru/>
24. Официальный сайт газеты «Ведомости». URL: <http://www.vedomosti.ru>
25. Официальный сайт газеты «Коммерсант». URL: <http://www.kommersant.ru/>

Приложение 1.

Экспертные оценки эффективности работы телеканала RT.

Для полноты анализа особенностей формирования имиджа России посредством иновещательной компании RT и современного образа страны конструктивно также выслушать мнения специалистов в области журналистики. В качестве эксперта свое мнение высказала директор Института региональной прессы Анна Аркадьевна Шароградская:

- Что касается Russia Today - это целенаправленная пропаганда. Информация телеканала направлена на то, что создать образ, благоприятный для Запада и исключительно для этого создана. Ее потребляют наши бывшие соотечественники и те люди, которые в силу командировок или чего-то в этом роде, работают на Западе и в странах бывшего Советского Союза. Эти люди привыкли к подобному вещанию в России и продолжают это воспринимать, находясь за пределами России. Элемент подачи благостной картины присутствует не так нагло, как это было в советские времена, когда это была чистая пропаганда, но все-таки не слишком завуалировано, тем не менее. Что касается CNN - телеканал запрограммирован для США в первую очередь и для тех, кто хочет получать мировые новости за границей, то есть и для

внутреннего и для внешнего пользования, а также вещает на своем родном языке. У них совершенно разные установки. CNN старается в какой-то степени быть профессионально объективными со всеми точками зрения и так далее. Это как сравнивать апельсины и яблоки.

Формирование общественного мнения, влияние, пропаганда - все это функции, которые не должны быть первоочередными у прессы, я против этого. Это противоречит характеру цивилизованных СМИ. Я - за то, чтобы пресса информировала, освещала, расширяла возможности для туризма, привлекала. Но я категорически против того, что СМИ были идеологического свойства, потому что я не хотела бы, чтобы на меня оказывали влияние извне и не хочу ни на кого специально влиять.

Владимир Познер, известный журналист с богатой профессиональной историей, высказался о зависимости телевидения от государства следующим образом: «Есть такая народная мудрость: кто платит, тот заказывает музыку. Он это говорит по сути дела. Так вот не всегда. Если говорить о том, как в некоторых странах это делают, я Вам приведу один пример. Общественное телевидение Канады называется Си-Би-Си, оно целиком финансируется из государственного бюджета, но закон гласит: государство не имеет право вмешиваться в вещательную политику, и более того, не имеет права снижать процент бюджета, который выделяется на содержание этого телевидения. Вот это я понимаю такой подход. А если подход: раз я даю деньги, то я и контролирую, тогда о чем может идти речь?».

Кроме того, Познер ответил на мой вопрос о роли CNN и RT в вопросе формирования имиджа государств, который я задала ему через специальный раздел его официального сайта:

Не секрет, что я являюсь принципиальным противником пропаганды – понимая это слово как попытку доказать некую точку зрения, некий посыл, любой ценой и любым способом. Пропаганда использует в качестве главного инструмента ложь, безусловным элементом которой является полуправда. Приведу иллюстрацию того, о чем я говорю. Вот типичный образец

пропаганды моего времени (когда я работал во внешнеполитической пропаганде): «В СССР все женщины, достигшие 55-летнего возраста, все мужчины, достигшие 60-летнего возраста, получают пенсию. Это демонстрирует заботу советской власти о народе и преимущество социализма».

Это правда? Да, но только ее часть, потому что ничего не сказано о том, что, в частности, (а) Не все получают пенсию, например, женщина, родившая пятерых детей и посвятившая жизнь их воспитанию, но формально не работавшая, никакой пенсии не получает; и (б) средний размер пенсии в СССР в несколько раз ниже, чем в США, Германии, Японии, Скандинавии и т.д. То есть выделяется только позитивный аспект, отрицательная сторона игнорируется. Это и есть суть пропаганды. Именно этим занимается Russia Today. Этот телеканал работает вполне профессионально, но практически не влияет на имидж России в мире, поскольку люди всегда больше доверяют собственным СМИ, чем иностранным. На мой взгляд, Russia Today – выброшенные в мусор деньги, в том числе мои, потому что телеканал существует за счет бюджета, куда входят мои налоги. Что до CNN, то этот канал, созданный выдающимся деятелем Тедом Тернером, стал меняться в худшую сторону с момента, когда Тернер продал его. На мой взгляд, телеканал не может быть демократичным или антидемократичным, это не его функция. Его функция – информировать объективно, правдиво и полно. На сегодняшний день (и уже довольно давно) CNN не отличается ни одним из этих качеств.

Политолог Валерий Островский, который также является доцентом кафедры международных отношений на постсоветском пространстве, высказал следующее мнение:

- Каков имидж России для жителей нашей страны не берусь судить. Если говорить о странах Европы, то в 1812 году, во время войны, Наполеон послал графа Коленкура на переговоры. Он переговорил с Александром, а затем переговорил с Кутузовым. Он говорил, что вы неправильно воюете и

неправильно себя ведете. На что Михаил Илларионович ответил: «Читал я ваши французские газеты, вы нас зверьми изображаете. И чего теперь удивляетесь». С тех пор ничего не изменилось. Опыт манипуляций у западных СМИ на порядок выше, на несколько порядков выше. Повлиять наши журналисты могут, но не сильно. Мой единственный прогноз, который наверняка сбудется, со стопроцентной точностью – мы все умрем.

Также автор провел экспертное интервью с российским журналистом и писателем Андреем Константиновым, который имеет многолетний опыт работы в сфере российской журналистики и находится в постоянном контакте с коллегами за рубежом:

- Я думаю, что Россию за рубежом представляют очень агрессивной, загадочной, зловещей и страшной, намного более непредсказуемой, чем она на самом деле есть. К сожалению, очень многие западные журналисты не очень согласны с тем, что, по большому счету идет очень серьезная информационная война. Мне приходилось беседовать со многими западными коллегами, они искренне считают, что освещение событий западными СМИ - это объективное, совсем не одностороннее, отражение действительности. Если им указывать на какие-то неоднозначные черты - они с некоторым неудовольствием через некоторое время соглашаются. В этом смысле были допущены и нами определенные просчеты - я думаю, что работы Russia Today недостаточно для работы по имиджу России в мире. Сейчас очень много пропаганды в любой журналистике, все смешалось и чистой, незамутненной журналистики намного меньше, чем было в эпоху противостояния Соединенных Штатов и Советского Союза. Кроме того, с распадом СССР, очень много плохого, что было в Союзе, перекочевало в Соединенные Штаты. Они, в соответствии со своим пониманием общечеловеческих ценностей, национальных интересов, своих «святых» вещей, начинают отворачиваться зачастую от очевидных фактов, от которых отворачиваться нельзя. Сказать, что мы этим не грешим - невозможно и получается такой слоеный пирог. Сейчас же все стали умными и понимают,

что необязательно использовать принцип «чем чудовищнее ложь, тем охотнее в нее верят». Можно говорить правду, но не всю правду, не все факты. Но это тоже будет пропаганда, конечно. Тем более, имидж не только СМИ нарабатывается. Здесь важна и культура, литература, фильмы, а этого ничего почти нет, а если и есть, то это что-то весьма странное. И мы так выпадаем из общемирового процесса. Что касается взгляда внутри нашей страны, то тут такое смятение в умах. У нас с одной стороны «Первый канал», «Россия» и «НТВ» с их яростными, патриотическими программами и структурированными новостями, а с другой такая же «братва», но в другую сторону. Это телеканал «Дождь» и «Эхо Москвы». И крайне мало нейтральной, взвешенной, многосторонней журналистики. Мне всегда казалось, что журналист должен быть как врач - нейтральным, иначе это все равно будет партийная журналистика, только партии разные. Я думаю, журналист не должен примешивать свои личные политические взгляды. Работа международных журналистов может быть непредвзятой, но это зависит от постановки задачи.

Специалисты признают пропагандистский характер Russia Today, однако указывают и на отсутствие взвешенной информации в зарубежных СМК. Российский журналист и издатель, стоящий во главе таких известных СМИ, как газета «Известия», телеканал Lifenews и радиостанция «Русская служба новостей» Арам Габрелянов заявил, что на сегодняшний день для осуществления эффективного воздействия российской журналистики на зарубежных потребителей информации нет другого способа, кроме приобретения в собственность западных СМИ. Возможно, в его словах есть доля правды.

Приложение 2.

Таблицы и иллюстрации.

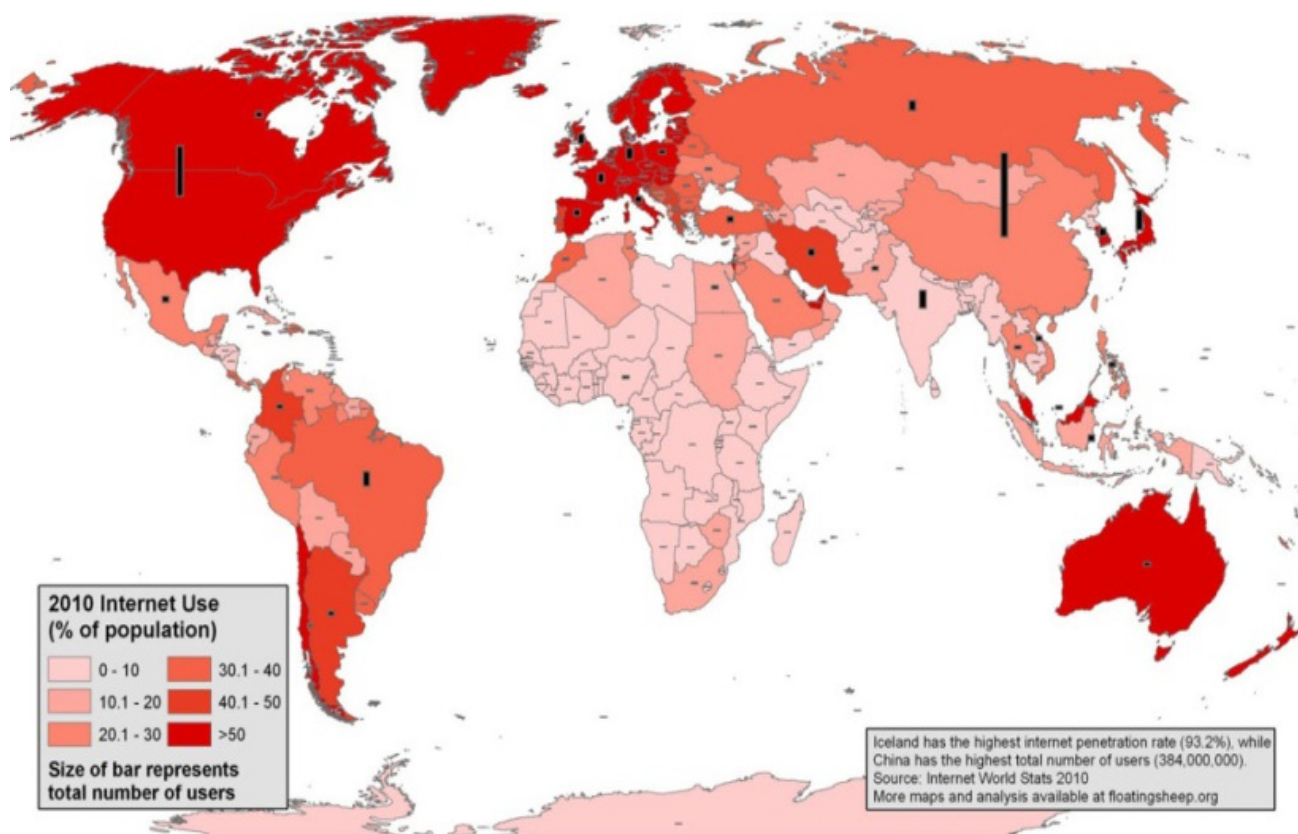
Таблица 1. Глобальные телесети новостей на информационном рынке мира¹³¹

Телесеть	Охват вещанием	Язык	Аудитория	Владелец
CNN	212 стран и территорий	английский, испанский, турецкий, немецкий	280 млн. подписчиков	America Online – Time Warner
BBC World	200 стран и территорий	английский	270 млн. подписчиков	BBC World Ltd
Euronews	78 стран Европы, Ближнего Востока, Африки, Азии, Северной и Южной	Английский, французский, немецкий, итальянский, испанский, португальский, русский	более 146 млн. подписчиков	SECEMIE

¹³¹ Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. – М.: 2001. – с.34.

Bloomberg TV	Америки 126 стран	Английский, французский, немецкий, итальянский, японский, португальский, испанский	более 200 млн. подписчиков	Bloomberg L.P., основатель и владелец Майкл Блумберг «CNBC Северная Америка» – в собственности NBC, а телесетями «CNBC Европа» и «CNBC Азия» совместно владеют NBC и Dow Jones
CNBC	84 страны	английский	более 180 млн. подписчиков	

Иллюстрация 1. Степень покрытия Земли сетью Интернет



132

132²Количество сайтов скоро превысит отметку 600 000 000 // Allmarketing [Электронный ресурс]. URL: <http://www.allmarketing.com.ua/digital/kolichestvo-sajtov-skoro-prevysit-otm/> (дата обращения: 23.04.2016)

Иллюстрация 2. Распространение социальных сетей в мире

Распространение социальных сетей в мире

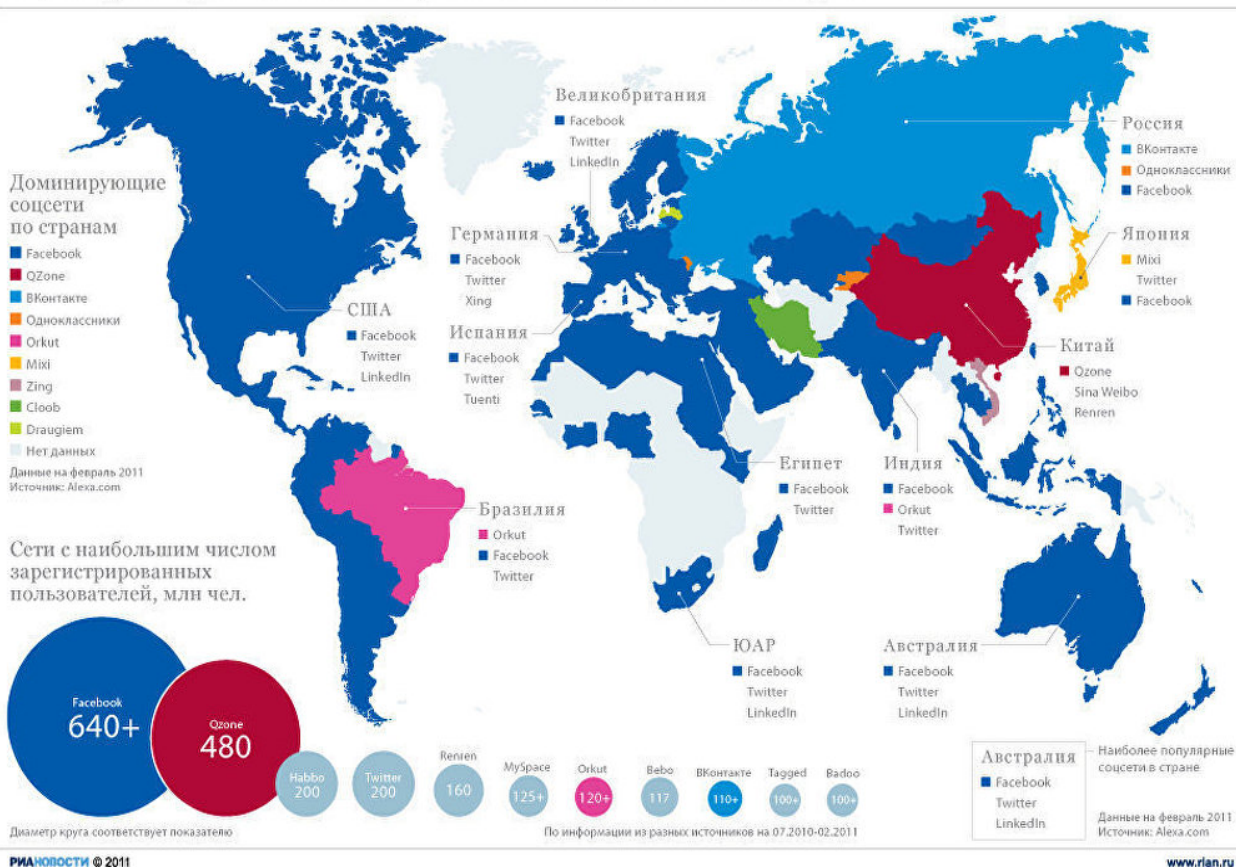
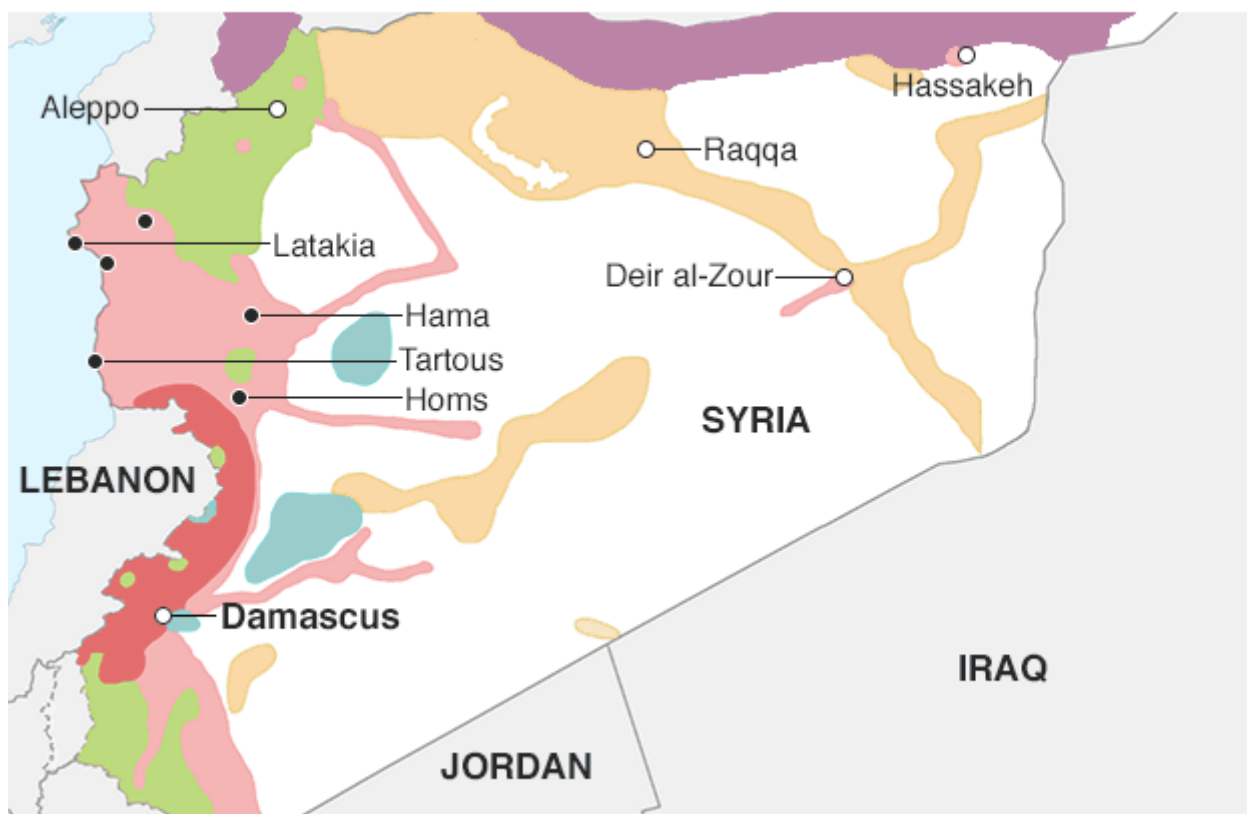


Иллюстрация 3. Карта военных действий в Сирии

■ Regime control ■ Hezbollah presence ■ Kurdish ● Russian presence
■ Rebel control ■ Islamic State (IS) control ■ IS/ rebel contested



Source: ISW

134[□] Syria conflict: Russia launches fresh strikes// BBC [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-34413050> (дата обращения: 14.05.2016)

Иллюстрация 4. Уровень доверия к телевидению, Интернету, газетам и радио в России в период со второго полугодия 2012 г. по первое полугодие 2015 г. (по результатам опросов компании Synovate Comcon)



135

135[□] Уровень доверия к новостям на ТВ упал до минимума за 14 лет // Ведомости [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vedomosti.ru/technology/articles/2015/08/18/605149-uroven-doveriya-k-novostyam-na-tv-upal-do-minimuma-za-14-let> (дата обращения: 14.05.2016)

Иллюстрация 5. Динамика изменения доверия американцев масс медиа за период с 1997 по 2015 гг. (по результатам опросов международной исследовательской группой Gallup)

Americans' Trust in the Mass Media

In general, how much trust and confidence do you have in the mass media -- such as newspapers, TV and radio -- when it comes to reporting the news fully, accurately and fairly -- a great deal, a fair amount, not very much or none at all?

■ % Great deal/Fair amount



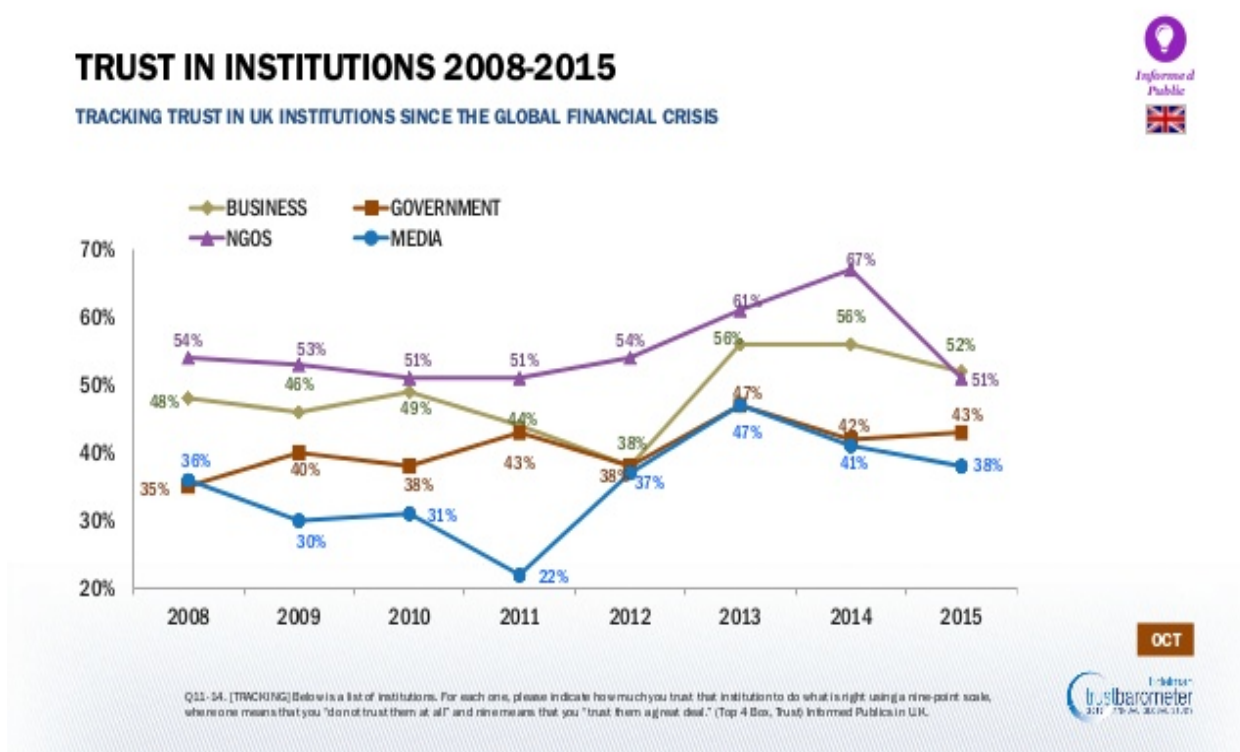
Gallup trend since 1997

GALLUP®

136

136[□]Americans' Trust in Media Remains at Historical Low // Gallup [Электронный ресурс]. URL: http://www.gallup.com/poll/185927/americans-trust-media-remains-historical-low.aspx?g_source=Politics&g_medium=newsfeed&g_campaign=tiles (дата обращения: 14.05.2016)

Иллюстрация 6. Динамика изменения доверия бизнесу, правительству, неправительственным общественным организациям и медиа в Великобритании с 2008 по 2015 г. (данные компании Edelman)



137[□] Edelman Trust Barometer 2015: low British public trust in media, government and business // Grow3 [Электронный ресурс]. URL: <http://grow3.com/edelman-trust-barometer/> (дата обращения: 14.05.2016)