
ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАИМИДЖА КНР В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ ГОДА РОССИИ В КИТАЕ И ГОДА КИТАЯ В РОССИИ

О.С. Коновалова

Кафедра теории и истории журналистики
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье анализируются всесторонние отношения между Россией и Китаем и особенности их освещения в российских средствах массовой информации и коммуникации.

Ключевые слова: Год России в Китае, Год Китая в России, медиаимидж, средства массовой информации, двусторонние отношения, информационный повод, информационные поля, российско-китайские отношения.

Историческое место России и Китая в мировом пространстве в очень большой степени определяется особенностями русской и китайской цивилизации. В настоящее время все большее значение приобретает стремительно развивающиеся отношения между двумя странами, а также растущая экономическая мощь Китая, ее расширяющиеся мирохозяйственные связи. В последние годы Россия и Китай к тому же играют все более важную роль на международной арене, проводя по многим вопросам согласованную политику, а также рассматривают двустороннюю дружбу, партнерство и сотрудничество как одно из приоритетных направлений своей внешней политики.

Начиная с 16 июля 2001 г., момента подписания «Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между РФ и КНР», обе страны стараются придерживаться принципов, изложенных в данном документе. Именно с этого времени в СМИ обеих стран можно проследить тенденцию возрастания взаимного интереса друг к другу, а также динамику увеличения числа статей и других материалов, посвященной данной тематике. Однако резкий скачок обоюдного внимания прессы двух стран друг к другу приходится на период 2006—2007 гг., когда согласно Совместной декларации РФ и КНР от 14 октября 2004 г. 2006 г. был объявлен Годом России в Китае, а 2007 — Годом Китая в России. В связи с этим возникает интересный вопрос, какой же все-таки медиаимидж КНР создается в СМИ, каким Китай видится российскому читателю через призму «четвертой власти» и как проведение мероприятий в рамках «национальных годов» изменило восприятие населением образа Китая, при условии наличия старых стереотипов относительно друг друга.

В последние 10 лет российско-китайские отношения значительно продвинулись в своем развитии, однако в сфере культурных связей, культурного обмена, а также восприятию современного образа, менталитета и жизненного уклада населения двух стран долгое время оставались в «прошедшем времени». Как показал проведенный в первые годы XXI века опрос университета Цинхуа совместно с ЦК Коммунистического союза молодежи Китая, 64,5% китайских студентов прояв-

ляют интерес к России, но в то же время крайне мало знают о современной культуре своего самого большого соседа [1].

Такое положение вещей не могло не обратить на себя внимания правительств двух стран. Бывший посол КНР в России Ли Фэнлинь отмечал, что главная проблема наших стран — это недостаток взаимопонимания, что легко может привести к заблуждениям. Для углубления взаимопонимания следует укрепить связи и сотрудничество в гуманитарной сфере. Прежде всего следует понять и оценить место России в мире и ее громадный потенциал, понять, что Россия — великое государство и Китаю стоит поучиться у нее в таких областях, как культура, образование, наука и техника, спорт и многих других. В то же время россияне должны изменить свои взгляды на Китай: по мелким китайским торговцам в России нельзя судить обо всем Китае. Из богатой истории и культуры Китая, его сегодняшнего развития тоже многое можно перенять [2]. Китаист Д. Воскресенский считает, что возможности познакомиться с Китаем у сегодняшней российской молодежи недостаточно. «Нужно, чтобы молодое поколение познакомилось с жизнью людей, живущих по ту сторону границы, чтобы узнать, что они думают, к чему стремятся, что читают, какие у них традиции. Я считаю, что только если молодежь лучше узнает друг о друге, отношения между странами смогут стать прочными» [3]. Подобное мнение высказал и посол России в КНР С.С. Разов: «Мы должны предложить молодежи наших стран отвести взоры от западных стран, присмотреться друг к другу, вступить в диалог» [4].

Начало в преодолении такого положения вещей положила Совместная декларация РФ и КНР, которая была подписана лидерами обеих стран 14 октября 2004 г. во время визита В.В. Путина в Китай.

«Проведение „национальных годов“ Китая и России — это важнейшее политическое решение, принятое на самом высоком уровне. Цель проведения „национальных годов“ состоит в дальнейшем углублении взаимопонимания и политического доверия, всестороннем повышении уровня сотрудничества двух стран в различных сферах, пропаганде китайско-российских отношений стратегического партнерства. Проведение мероприятий в рамках «национальных годов» служит главной линией в осуществлении двусторонних связей между Китаем и Россией на ближайшие два года», — отмечало информационное агентство Синьхуа [5].

В период с ноября 2004 г. по декабрь 2007 г. наблюдается скачкообразное увеличение количества статей. Следует отметить, что в сравнении с периодом до проведения Года России в Китае и Года Китая в России, когда среднее количество публикаций касающихся российско-китайских отношений, составляло около 548 в месяц в российских СМИ и 337 в китайских, в 2006—2007 гг. количество материалов увеличилось более чем в полтора раза в российских СМИ, а в китайских даже в три раза. Так, в российских СМИ эта цифра выросла до 824 материалов в месяц, а в китайских — до 1019.

Такое увеличение в первую очередь объясняется влиянием проведения различных мероприятий в рамках «национальных годов», а кроме того, развитием и сближением двусторонних отношений.

Скачкообразность, в свою очередь, объясняется всплесками медиаактивности в связи со статьями, представляющими наибольший интерес в рамках мероприятий «национальных годов» и сотрудничества двух стран в других сферах. Так, за рассматриваемый период можно выделить около восьми основных информационных поводов, давших абсолютное наивысшее значение:

1) январь 2006 г. — анонсирование Года России в Китае, проблема загрязнения Амура;

2) март 2006 г. — открытие Года России в Китае и визит В.В. Путина в Китай;

3) июнь—июль 2006 г. — саммит ШОС, Харбинская торговая ярмарка, а также автопробег журналистов в рамках мероприятий Года России в Китае «Пекин-Москва: этапы российско-китайской дружбы»;

4) сентябрь—ноябрь 2006 г. — XIII пекинская книжная ярмарка, проблема загрязнения Амура, ядерные испытания КНДР;

6) июнь 2007 г. — ответный автопробег российских журналистов по Китаю в рамках мероприятий Года Китая в России «Маршрутами китайско-российской дружбы: путешествие по Китаю», Форум женщин России и Китая;

7) август—сентябрь 2007 г. — IV Российско-китайский инвестиционный форум, Московская книжная ярмарка, российско-китайские антитеррористические учения «Сотрудничество-2007» и освещение итогов прошедших в августе учений в рамках ШОС;

8) ноябрь 2007 г. — закрытие Года Китая в России.

Также был определен оценочный уровень образа Китая в российских СМИ, а именно за исследуемый период (2006—2007 гг.) подсчитано количество положительных, нейтральных и негативных материалов и произведено сравнение с результатами за период до проведения «национальных годов» (рис. 1).

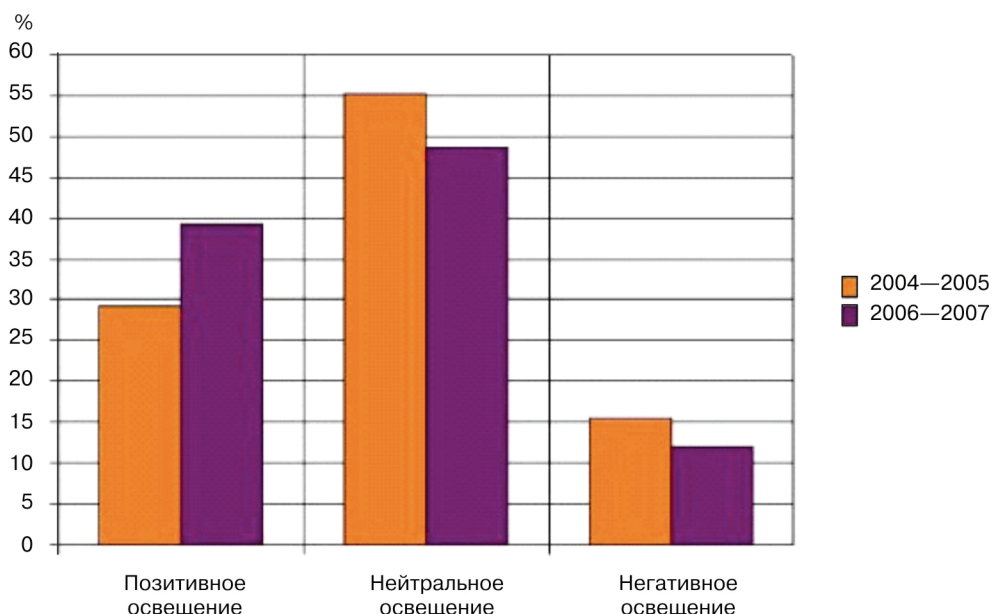


Рис. 1. Соотношение оценочных материалов, посвященных Китаю, в российских СМИ

Как видно из рисунка, в материалах российских СМИ о Китае преобладает нейтральное отношение к этому государству. Позитивного освещения китайской тематики почти вдвое больше, чем негативного, к тому же в связи с проведением Года Китая в России и Года России в Китае и положительной трактовкой этих мероприятий в СМИ наметилась тенденция роста позитивного взгляда на Китай в 2006—2007 гг. почти на 10% по сравнению с 2004—2005 гг. Данный рост стал возможен за счет незначительного снижения отрицательного взгляда на Китай (3% по сравнению с 2004—2005 гг.) и нейтрального взгляда (примерно на 7% за тот же период).

Если рассматривать распределение позитивной и негативной окраски материалов в несколько другом ключе, а именно по различным аспектам образа Китая, то можно выявить следующее. В образе Китая большинство компонентов его медиаимиджа в СМИ РФ являются дуалистическими — каждому негативному компоненту соответствует позитивный и наоборот. Так, экономический и геополитический аспекты образа Китая в прессе России разными СМИ и по различным поводам освещается как в позитивном, так и в негативном ключе. В освещении аспекта приграничного взаимодействия преобладает отрицательная окраска, в то время, когда гуманитарный аспект отражается в основном с положительной стороны. Аспект взаимодействия высшего руководства в образе Китая в российской прессе носит в основном информационно-нейтральный характер повествования.

Соотношение аспектов образа Китая в российской прессе показано на рис. 2.

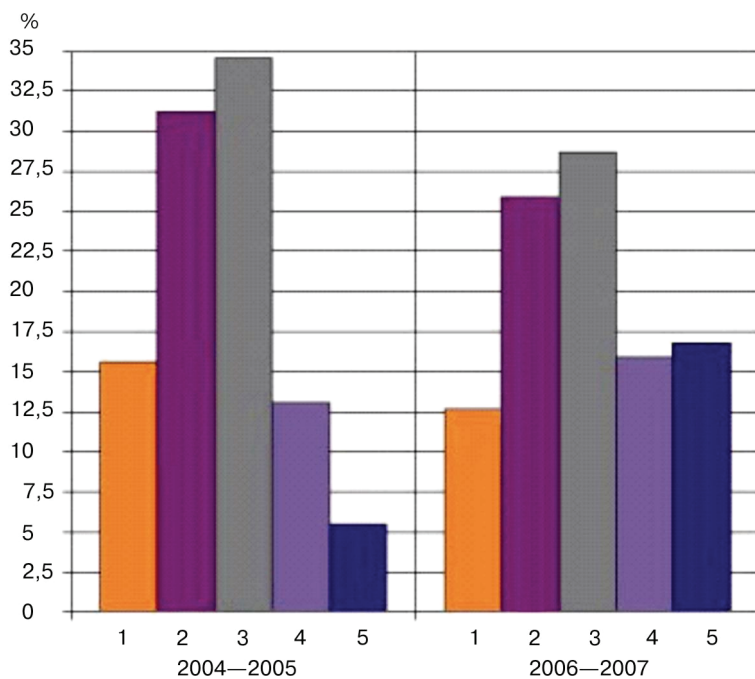


Рис. 2. Соотношение аспектов образа Китая в российских СМИ

1 — контакты руководства; 2 — геополитический; 3 — экономический;
4 — приграничное взаимодействие; 5 — гуманитарный

Из рис. 2 видно, что как в период с 2004 г. по 2005 г., так и в период с 2006 г. по 2007 г. доминирует экономический аспект. Это вполне закономерно, так как Китай, следуя новой политике во внешнеполитической информационной пропаганде, позиционирует себя как государство, стремительно развивающееся экономически и технически, и становящееся одним из основных, перспективных торговых партнеров, товарооборот с которым постоянно растет. А Россия — это один из основных торговых партнеров Китая. «По итогам 2006 года товарооборот между двумя странами, по российским данным, приблизился к 29 миллиардам долларов, а по китайским оценкам, превысил 33 миллиарда — прирост более чем на 40 процентов. К тому же поставлена цель к 2010 году довести объем товарооборота до более 60 миллиардов долларов» [6]. Однако стоит заметить, что в 2006—2007 годы доля экономического аспекта в образе Китая в СМИ значительно снизилась. В процентном соотношении для образа Китая это составляет 34,6% в 2004—2005 годах и 28,7% — в 2006—2007 годах от общего объема информации.

Довольно отчетливо прослеживается и то, что геополитический аспект образа Китая в российской прессе за весь исследуемый период прочно занимает второе место. Хотя его доля в последние годы, также как и у экономического аспекта, уменьшилась. Если в 2004—2005 годах геополитическая тематика составляла 31,2% от общего количества информационного поля, то в период с 2006 г. по апрель 2007 г. этот показатель упал до 25,9%.

В оценочном плане, как уже упоминалось, оба аспекта имеют дуалистический характер, что выражается в постоянном присутствии в информационном поле по данной тематике позитивно и негативно направленных материалов и применимо практически ко всем информационным поводам в рамках вопроса экономики и геополитики.

Так, постоянно используемый средствами массовой информации и коммуникации Китая в отношении России образ себя как важного стратегического партнера, с которым у РФ общие геополитические интересы — борьба с терроризмом и сепаратизмом, а также как естественного союзника в противостоянии гегемонии США, успешно подхватили российские СМИ, например: «Россия и Китай ведут согласованную политику и выступают против санкций в отношении Северной Кореи» (о ядерной проблеме КНДР) [7]; «в ходе встречи В.В. Путин — Ху Цзиньтао на саммите АТЭС в Ханое главы двух государств согласовали необходимость решения международных проблем о нераспространении ядерного оружия путем диалога и консультаций, подтвердили, что придерживаются единого взгляда на данный вопрос, и будут проводить скоординированную внешнюю политику» [8].

Однако одновременно появилось множество негативных публикаций, в которых, независимо от официальной точки зрения, СМИ заявляют о наличии совершенно других мотивов, которые заставляют Китай идти на сближение с Россией. Например, «Московская среда» опубликовала материал под заголовком «Гигант, вынашивающий экспансионные замыслы» [9], в котором заявлялось, что в будущем Китай может вступить в военный конфликт с Россией. Этот тезис ил-

люстрируется тем, что в школьных учебниках КНР значительная часть Приморья и других приграничных территорий имеют китайские названия.

В другой публикации отмечалось, что стремление Кремля к геополитическому и военному сотрудничеству с Китаем во многом связано с ухудшением отношений РФ со странами НАТО (прежде всего США), что может привести к возврату «холодной войны». При этом подчеркивалось, что российскому менталитету более соответствуют западные государства, в то время как Китай — это «загадочная и непредсказуемая страна» [10].

Из сказанного можно сделать вывод, что, несмотря на официальные заявления о достижении высокого уровня двусторонних отношений и стремления создания положительного образа Китая как важного стратегического партнера в информационном поле российских средств массовой информации до сих пор бытует опасение «экспансии Китая в Россию», недолговечности и непрочности отношений между двумя странами, возможности вооруженного конфликта с Китаем, а в китайских иногда прослеживается напряженность, основанная на воспоминаниях России и Китая в период «отчужденности».

В то же время заметное снижение доли экономического и геополитического аспекта медиаимиджа Китая в прессе России компенсируется увеличением интереса к теме гуманитарного партнерства и сотрудничества, а так же культуре и традициям Китая. На это, несомненно, повлияло проведение в 2006 г. Года России в Китае, и Года Китая в России в 2007 г. Так, в 2004—2005 гг. доля гуманитарного аспекта в образе Китая составляла всего 5,5%, а в 2006—2007 годах эта цифра возросла до 16,8%. Эти данные доказывают, что мероприятия в рамках Года России в Китае и Года Китая в России оказали значительное влияние на формирование медиаимиджа Китая в прессе РФ. Причем, принимая во внимание тот факт, что в основном СМИ придерживались позитивных оценок в описании этих мероприятий, то можно констатировать, что проведение национальных годов привело к улучшению восприятия образа Китая в России и в общем контексте.

Эти выводы косвенно подтверждают и публикации об итогах Года России в Китае и Года Китая в России: «Год России в Китае стал самым насыщенным культурными событиями за всю историю дипломатических отношений между двумя странами. Он позволил укрепить дружеские отношения и взаимопонимание между народами» [11].

На протяжении всего исследуемого периода в массмедиа сохраняют свои позиции аспект взаимодействия высшего руководства РФ и КНР и приграничный аспект. Они составляют 15,5% и 13,1% в 2004—2005 гг. и 12,7% и 15,9% в 2006—2007 гг. соответственно.

В оценочном плане аспект взаимодействия высшего руководства РФ и КНР на протяжении изучаемого периода не сильно влиял на основную конфигурацию медиаимиджа. Большинство публикаций носило официальный характер, сухо описывались происходившие события, цитировались выдержки из подписанных соглашений и принятых двусторонних документов. Стоит подчеркнуть, что все официальные материалы и сообщения носили определенную позитивную направлен-

ность и подчеркивали перспективное развитие двусторонних отношений России и Китая. Например, наиболее часто встречаемые формулировки и высказывания по данной тематике: «российско-китайские отношения находятся на очень высоком уровне. Они действительно развиваются по всем направлениям, они глубокие, действительно стратегические» [12]; «в настоящее время в китайско-российских отношениях наметились благоприятные тенденции развития, отработан механизм регулярных встреч, тесных контактов руководства» [13]; «после подписания Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между Россией и Китаем двусторонние отношения вступили в период всестороннего развития. Да и мероприятия национальных Годов Китая и России проводятся благодаря тому, что российско-китайские отношения вышли на такой высокий уровень» [14].

Только в российских СМИ можно было отметить негативный оттенок публикаций по данной тематике (и то с подтекстом и ссылкой на приграничный аспект), когда «В.В. Путин допустил легкий упрек в сторону китайских товарищей, высказав надежду на активизацию сотрудничества в области охраны окружающей среды, защиты рек и природы приграничных территорий в интересах народов двух стран» [15]. Это высказывание было сделано после загрязнения одного из притоков Амура со стороны китайской территории, которое получило широкий негативный отклик в российской прессе.

Приграничный аспект является зоной особой напряженности и негативного освещения. До настоящего времени в СМИ звучат мотивы «желтой экспансии», проблем границы, а в последние два года появилась тема экологической катастрофы: загрязнение Амура и его притоков химикатами с китайской стороны. Эти темы дают самый большой негативный фон в медиаимидже Китая и часто вызывают настоящую «истерию» в российских СМИ.

В заключение можно сделать обоснованный вывод, что проведение Года России в Китае и Года Китая в России оказало значительное влияние на формирование медиаимиджа КНР в прессе и внесло значительную корректировку в расстановку акцентов относительно восприятия китайского государства россиянами. Однако для того, чтобы эффективность мероприятий в рамках «национальных годов» не сошла на нет, необходимо повысить внимание к проблемам приграничного взаимодействия и не спровоцировать отклонения вектора геополитической и экономической тематики в негативную сторону. С приходом на пост президента России Д.А. Медведева азиатское направление внешней политики продолжает развиваться, а отношения с Китаем по-прежнему строятся на принципах дружбы, взаимосодействия и партнерства, что, несомненно, находит широкий отклик в средствах массовой информации обеих стран.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Ху Сяньчжань. Всемерно развивать роль культуры как моста между Китаем и Россией // Образ Китая в современной России — некоторые проблемы китайской истории и современной политики КНР в исследованиях российских и зарубежных ученых. — М.: Русская панорама, 2007.

- [2] *Ли Фэнлин*. Китайско-российские связи в гуманитарной области на фоне экономической глобализации // Китайско-российские связи в области науки, техники, образования и культуры в условиях многополярного мира / Гл. ред. Ван Ци. — Пекин: Изд-во Университета Цинхуа, 2004. — С. 365.
- [3] *Цзян Синь*. Российский китаевед Хуа Кэшэн: Ожидаем, что китайско-российские культурные связи превзойдут 50-е годы // Веньгуй бао. 24 марта 2006.
- [4] Жэньминь жибао. 31 октября 2005.
- [5] ИА «Синьхуа» // <http://www.xinhuanet.com/>, 21 марта 2006.
- [6] InfoRos, Национальный информационный проект. 29.03.2007. <http://www.inforos.ru/?id=17797>.
- [7] The Associated Press. 12 октября 2006.
- [8] ИА «Синьхуа» // <http://www.xinhuanet.com/>, 19 ноября 2006.
- [9] Московская среда. 24 ноября 2004.
- [10] Коммерсантъ // <http://www.kommersant.ru/>, 12 мая 2006.
- [11] ИТАР-ТАСС // <http://www.itar-tass.com/>, 10 августа 2006.
- [12] Сайт Президента РФ // www.kremlin.ru/, 18 ноября 2006.
- [13] ИА РосБалт // 17 июля 2006.
- [14] Жэньминь жибао // <http://www.people.com.cn/>, 22 марта 2006.
- [15] РИА Новости // <http://rian.ru/>, ИА «Синьхуа» // <http://www.xinhuanet.com/>, 19 ноября 2006 г.

FORMATION OF THE MEDIA IMAGE OF CHINA DURING THE YEAR OF RUSSIA IN CHINA AND CHINA YEAR IN RUSSIA

O.C. Konovalova

Department of Theory and History of Journalism
Russian Peoples' Friendship University
Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russia, 117198

The article examines the full range of relations between Russia and China, and especially their coverage in the Russian media and communications.

Key words: Year of Russia in China, the Year of China in Russia, the media image, media, bilateral relations, information events, information fields, the Russo-Chinese relations.