

Технологии конструирования имиджа Российской Федерации во французских СМИ

Научный руководитель – Шульц Владимир Леопольдович

Лях Анастасия Михайловна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии знания, Москва, Россия
E-mail: Lyakh2969@gmail.com

На государственном уровне неоднократно подчеркивалась необходимость конструирования объективного имиджа Российской Федерации за рубежом. Указ Президента Российской Федерации от 30.11.2016 г. № 640 «Об утверждении Концепции внешней политики Российской Федерации» подчеркивает значимость данного направления деятельности, определяя «укрепление позиций российских средств массовой информации и массовых коммуникаций в глобальном информационном пространстве и доведение до широких кругов мировой общественности российской точки зрения на международные процессы» в качестве одной из основополагающих задач [1].

Имидж Российской Федерации во французских СМИ является ключевым источником информации, на основе которого формируется представление о России в общественном сознании французских граждан. В 2016 г. на Московском экономическом форуме был организован круглый стол «Мифы о России и имидж России в современном мире», на котором Ксавье Моро, французский бизнесмен, подчеркнул актуальность формирования объективного имиджа России во Франции, так как на данный момент ключевыми характеристиками Российской Федерации во французском общественном сознании являются «задержка, детерминизм, противоречия», что на самом деле является лишь одним аспектом имиджа Российской Федерации [2].

В рамках выбранной проблематики исследования категория имиджа государства рассматривается в рамках конструктивистской парадигмы исследования.

Имидж государства - совокупность целенаправленно конструируемых представлений о культурном, экономическом, политическом и социальном аспектах развития государства, содержащихся в СМИ, целью которых является моделирование объективного имиджа, содержащегося в общественном сознании.

Подобный подход к определению имиджа государства предполагает его целенаправленное искажение, манипуляцию общественным сознанием, достижение которых возможно посредством использования различных технологий:

1. *Позиционирование* - технология, основанная на создании благоприятных условий для внедрения имиджа государства, заключающаяся в выборе и информационной подготовке определенной социальной группы, на которую будет распространяться конструируемые символы, образы и мифы о стране. Анализ информации, посвященной Российской Федерации в французской газете *Le Parisien*, приводит к выводу, что выбрана стратегия позиционирования имиджа страны-агрессора, уровень развития которой ограничивается лишь военной мощью: «Путин угрожает направить новые баллистические ракеты в западные страны» [3].

2. *Мифологизация* - использование мифов и стереотипов, укоренных в общественном сознании, с целью глубинной деформации имиджа страны. Публикация новостей об агрессивном нападении белых медведей в городах Российской Федерации воздействует на глубинный стереотип восприятия Российской Федерации с ее символом, медведем [4]. Преподнесение данного новостного контента о России с использованием данного символа в

негативном контексте приводит к глубинному негативному искажению образа страны во французском общественном сознании.

3. Технологии манипуляции данными опросов общественного мнения - заключается в выгодном заинтересованной стороне использования и интерпретации результатов определенных исследований. Частичное освещение статистической информации, нарушение последовательности освещаемой информации, интерпретация данных опросов с определенной точки зрения приводит к искаженному восприятию имиджа страны.

4. Фрагментарность представления информации - технология, целью которой является освещение лишь части событий, исключение определенных этапов развития явлений, результатом которого является искажение действительности.

5. Смешение фактов и вымысла - технология, которая заключается в создании недостоверной, противоречащей действительности информации, путем искаженного использования реальных фактов. Данная технология наглядно демонстрируется при рассмотрении позиционирования дипломатических контактов Франции и России во французских СМИ. Le Parisien сообщает, что «лишь дипломатические приличия накладывают обязательства на Кремль называть Париж своим партнером» [5]. Достоверность данного заявления в рамках подобной коннотации проверить невозможно, так как факт наличия определенной стратегии коммуникации Кремля в отношении Парижа объективно существует, однако подобное объяснение выбранной модели коммуникации подкрепляется исключительно субъективным убеждением источника.

6. Эмоциональное комментирование - предполагает использование красочной лексики при освещении событий. Например, Le Monde, комментируя операцию России в Сирии, использует такие словосочетания, как иллюстрация «величины развёрнутого контингента и российских амбиций», «упражнение в самолюбовании» [6]. Использование подобных словосочетаний в данном контексте приводит к скорее негативному восприятию международной политики Российской Федерации, что достигается посредством использования данной технологии.

Данные технологии конструирования имиджа Российской Федерации во французских СМИ иллюстрируют далеко не все способы его формирования, однако являются яркими примерами существующих тенденций. На данный момент факт существования информационного противоборства в сфере международных отношений не вызывает сомнений. Остается нерешенным вопрос создания способов объективного освещения информации на международной арене и налаживания диалога.

Источники и литература

- 1) Указ Президента Российской Федерации от 30.11.2016 г. № 640 «Об утверждении Концепции внешней политики Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/41451>. (дата обращения 17.11.2018).
- 2) Московский экономический форум. Круглый стол №3 «Мифы о России и имидж России в современном мире». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://meforum.ru/media/events/mef-2016-kruglyy-stol-3/>. (дата обращения 06.12.2018).
- 3) Poutine menace d'envoyer ses nouveaux missiles sur les pays occidentaux. Le Parisien. [Электронный ресурс] URL: <http://www.leparisien.fr/international/poutine-menace-d-envoyer-ses-nouveaux-missiles-sur-les-pays-occidentaux-20-02-2019-8016606.php> (дата обращения: 22.02.2019)
- 4) "Invasion" d'ours polaires dans des villages russes. Le Parisien. [Электронный ресурс] URL: <http://videos.leparisien.fr/video/invasion-d-ours-polaires-dans-des-villages-russes-13-02-2019-x72d13hxtref=http>

- 5) Comment Poutine juge la France. Le Parisien. [Электронный ресурс] URL: <http://www.leparisien.fr/international/comment-poutine-juge-la-france-11-11-2018-7939770.php> (дата обращения: 22.02.2019)
- 6) Autosatisfaction russe en Syrie. Le monde. [Электронный ресурс] URL: https://www.lemonde.fr/international/article/2018/11/11/autosatisfaction-russe-en-syrie_3461593_232.html (: 22.02.2019)