

праздника. 7 ноября мы видим военный дискурс: наиболее частые субъекты новостных выпусков – это ветераны и военные. То есть, помимо 9 мая, появляется еще одно событие, связанное с Великой Отечественной войной, напоминающее о воинской славе, чести страны.

Основная «окраска» 4 ноября – умеренно позитивная. Упор делается на единство, сплочение, объединение. Достаточно распространена тема возрождения и восстановления, тема добра и благотворительности, патриотизма. Основная «окраска» 7 ноября – патетическая, позитивная. Упор делается на героизм, величие, легендарность.

Итак, мы проанализировали те образы праздников 4 и 7 ноября, которые СМИ конструирует. День народного единства представляется СМИ как общественный, народный праздник, который корнями уходит в далекое прошлое, имеет свои традиции, это праздник освобождения. Но образ очень неконкретный, размытый, в нем много вкраплений. Тут же и национальный дискурс, и церковный, и политический. 7 ноября – более конкретный образ, хотя и двоякий. С одной стороны, это День Октябрьской революции, и в СМИ мало, но упоминается об этом. Окраска в основном негативно-нейтральная. С другой стороны большое внимание уделяется в СМИ этой дате как годовщине парада на Красной площади 7 ноября 1941 г. И здесь окраска не просто позитивная, а даже патетическая. Таким образом, мы предполагаем, что новый праздник 4 ноября плохо приживается в массовом сознании. Поэтому в СМИ формируется новый образ относительно 7 ноября. Возможно, вместе они смогут сыграть отведенную им роль и заставить по-новому работать социальную память.

Юй Даньхун, Гу Цянь

К ВОПРОСУ О НЕГАТИВНОМ ИМИДЖЕ КИТАЯ В РОССИЙСКИХ СМИ

В современных международных отношениях СМИ играют все более важную роль в формировании и эволюции общественного мнения, в то же время оказывают важное влияние на внешнюю политику данного государства. Хотя лидеры Китая и России не раз подчеркнули, что китайско-российские отношения находятся на беспрецедентно высоком уровне, негативное восприятие Китая в российских СМИ все-таки существует. Какие факторы привели к формированию негативных оценок Китая? Как избежать этих недоразумений? Глубокое изучение этих вопросов помогло бы добиться большего взаимопонимания между китайским и российским наро-

дами и способствовало бы дальнейшему углублению и расширению двустороннего взаимовыгодного взаимодействия.

Если выделить несколько ключевых слов, которые используют в России, говоря негативно о Китае и китайцах, то получается примерно такой перечень: «китайская демографическая экспансия», «желтая опасность», «опасение». Попробуем рассмотреть их главное содержание и причины возникновения.

Содержание негативного имиджа

Военная экспансия. В последние годы внимание российских ученых привлекает книга «Китайская мечта», написанная профессором Университета государственной обороны Лю Минфу. Автор книги в своей работе заверяет, что в XXI веке Китай должен стремиться стать первой по мощи державой мира. Другая книга «Дугообразное окружение: как Китаю прорвать окружение в условиях внутренних трудностей и внешнего давления» также пользуется большой популярностью. Ее автор, старший полковник Дай Сюй, убежден, что Китаю необходимо укреплять свои военные силы (сухопутные, воздушные и морские), а также создавать базы за рубежом (см.: Лукин А. Цена вопроса // Коммерсантъ. 2010. 16 марта). Хотя это исключительно частные мнения, они не представляют официальную позицию китайского руководства, но авторы книг имеют «солидные» воинские звания, естественно, их взгляды вызывают кое-какое опасение о китайской военной экспансии.

Демографическая экспансия. Опасение вызывает то, что мигранты из Китая арендуют российскую землю и выращивают овощи. Количество китайских мигрантов растет. *«Сибирские города ныне окружены китайскими теплицами, площади которых лучше всего оценивать с борта самолета»* (Тарасов А. Китайская провинция Сибирь // Новая газета. 2012. 12 марта) Китайские предприниматели обладают большей конкурентоспособностью за счет низких цен, что вызывает возмущение у местных коллег. *«Китайцы со своими супердешевыми овощами демпингуют цены. Они завалили рынки и магазины своей продукцией. Но большой вопрос к ее качеству»* (Арсюхин Е. На помидорных королей работают в России тысячи китайцев-нелегалов // Комсомольская правда. 2013. 23 июля).

Причины негативного имиджа

Влияние западных СМИ. Западные СМИ доминируют в формировании общественного мнения по всему миру. Западные мнения часто приведены в российских СМИ по отношению к Китаю. Например, западные СМИ излишне подчеркивают рост китайской военной мощи, что вызывает опасения по поводу китайской военной экспансии.

Исторические корни. Во-первых, в китайском учебнике по истории говорится о том, что Российская империя присвоила китайские земли площадью более 1,5 млн квадратных километров. Некоторые китайцы требовали, чтобы Россия вернула эти земли Китаю. Во-вторых, «желтая опасность» – это исторический термин. В настоящее время этот термин приобрел новое звучание в связи с подъемом Китая.

Культурные различия. Российские СМИ активнее используют негативную информацию, а китайские СМИ активнее передают положительную энергию, с осторожностью относятся к негативной информации.

Демографический дисбаланс. Существует великая разница между северо-востоком Китая и российским Дальним Востоком в плотности населения. Тем более, численность населения на Дальнем Востоке уменьшается. Отсутствует единый ответ на вопрос о количестве китайских мигрантов в регионах российского Дальнего Востока. В девяностые годы XX века некоторые журналисты придумали цифры в миллионы китайских мигрантов. Эти безосновательные цифры вызывают и усиливают чувство страха у населения.

Советы по уменьшению негативного имиджа

Совет 1: Русскоязычные СМИ Китая должны вступать в межкультурный диалог с русскоязычной аудиторией, вовремя откликаться на горячие темы в российских СМИ, особенно связанные с Китаем.

Совет 2: Китайское правительство может учредить поощрительную медаль, чтобы наградить тех, кто вносит большой вклад в развитие межкультурной коммуникации. Ведь в России есть медаль имени А. С. Пушкина, которой награждаются люди за популяризацию русского языка и культуры.

По мнению ученого Лукина, внешняя политика Китая направлена на поддержание дружественных отношений со всеми соседями и крупными передовыми мировыми державами [1, с. 186]. Российский ученый Минщук считает, что китайские работники вносят определенный вклад в развитие российской экономики [2, с. 201]. Следует заметить, что теперь подавляющее большинство россиян более объективно и разумно относится к Китаю и китайцам, чем в девяностые годы XX века.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лукин А. В. «Китайская угроза» и дуализм сознания // Полис. Политические исследования. 2011. № 6. С. 183–186
2. Мищук С. Н. Особенности международной трудовой миграции из Китая в Россию // Экономика региона. 2014. № 2. С. 194–201