Секция «Международные коммуникации»

**Влияние международных новостных медиа на формирование образа страны**

**Научный руководитель – Кравцов Владимир Владимирович**

**У Жосинь**

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра международной коммуникации, Москва, Россия

1. mail:1061801833@qq.com

С того момента, как мировая общественность стала важнейшим фактором в международных отношениях, роль медийных ресурсов в мире стремительно увеличивается. Из-за развития научно-технического прогресса произошла эволюция СМИ. Современные медиа – это системообразующий элемент политики, который выполняет имиджевые функции. Международные СМИ фактически создают международный образ любого государства мира. Имидж государства, положительный или негативный, может иметь существенное влияние на отношения между странами и влияет на внешние политические отношения между отдельными государствами.

Особое значение в международной журналистике уделяется такому фактору, как распространение информации на международном уровне, так как данная информация формирует имидж государства, и соответственно от этого зависит как другие страны будут взаимодействовать с той или иной страной.

Имидж страны в международной журналистике формируется черезраспространение определенной информации, то есть через такие каналы СМИ, как: новости, которые показываются в различных странах.

Современная наука выделяет следующие функции имиджа:

1. Адресность (имидж страны всегда направлен на конкретного

субъекта);

2. Номинативность (среди множества имидж индивидуализирует

индивидуальность);

3. Эстетичность (создает какие-то впечатления о стране

(положительные или отрицательные))

Имидж страны свидетельствует об ее экономической силе, мощности, богатстве, уровне культурного развития.

Имидж имеет следующую структуру:

– внешнею и внутреннею.

Внешний имидж – образ страны, который складывается у жителей

иных государств.

Внутренний имидж – как страна себя позиционирует, то есть:национальная идентичность, международный статус государства, ситуативные образы, внесенные правящей элитой, транслируемые обществу

данной страны.

Основная разница между внешним и внутренним имиджем – аудитория, в которой осуществляется коммуникация. Внешний вид создается с помощью общественного мнения граждан иных стран, а внутренний имидж формируется с помощью мнения собственных жителей.

Основные элементы, которые формируют имидж страны [1]:

– власть;

– экономика;

– Вооруженные силы;

– Внешняя политика страны;

– Как граждане воспринимают образ своей страны;

– Информационная политика страны.

Итак, образ страны является образом, который формируется в обществе путем рекламных, пропагандистских мотивов. В основе его лежит национальный образ. Имидж - совокупный показатель авторитета и эффективности действий государства на международном уровне, оценка мнения иностранной общественности об этом государстве.

Имидж России на сегодняшний день является системой взаимосвязанных особенностей, сформированных в результате развития российского общества и России. Эффективность взаимодействий компонентов системы определяется объективными характеристиками общественной, политической, экономической и иных проблем. Создание российского образа в общественном сознании, как в собственном, как и в мировом, закреплено в национальных ценностях и исторической значимости.

По мнению В.В. Лапкина и И.С. Семенко имидж Российской Федерации состоит из двух компонентов [2]:

1. Как граждане России представляют себя и свое место в данном мире;

2. То, как Россия воспринимается за границей.

В добавок социально-культурные, геополитические факторы и

политические аспекты играют большую роль в формировании международного имиджа России.

Если говорить о теме российского имиджа в мире, то стоит упомянуть о

геополитическом факторе. Данный фактор всегда был определяющим для

определения места России и ее роли в мировом обществе. Ее географическая

двойственность все еще мешает отнести Россию к определенной категории.

То Россия продолжает Европу, то Азию. Вообще, вспоминая историю

Российского государства, можно сделать вывод, что Россия считалась

Западом, только когда западные страны нуждались в сильном союзнике, когда

необходимость исчезает, Россия перестаёт быть Западом и превращается в

врага

Так же на формирование имиджа страны очень сильно влияет Президент страны. Он формирует представление о стране на международной арене. мидж президента и государства всегда находятся в «одной цепочке», можно даже сказать, что они одна Система.

В настоящее время имидж Президента Российской Федерации может

быть охарактеризован следующим образом: агрессивный лидер, который

пойдёт на всё, считает иностранная общественность. Сами русские считают,

что Владимир Путин вызывает доверие и многие поддерживают его. Многие

верят, что Владимир Путин долгое время будет являться Президентом страны

и считают, что Россия, как феникс, возродится.

В настоящее время имидж России неоднозначен. Многие страны

объединились против России, называя ее агрессором. Но страны-союзники

поддерживают ее и считают, что в данной ситуации Россия поступила

рационально [4].

Имидж России на международном рынке еще долгое время будет

неоднозначным. На него формирование будут влиять такие факторы, как

геополитические и национальные.

.

Источники и литература

[1] Галумов Э.А. Международный имидж России. М.: 2018. 549 с.

[2] Коновченко С.В. Общество - СМИ - власть. М.: 2019. 518 с.

[3] Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых

условиях: монография. – М.: МИФИ, 2020. 598 с.

[4] Почепцов, Г.Г. Имиджелогия. - М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2019. -

574