

ссылки на авторитет реализована путем цитирования Президента Беларуси, белорусских и зарубежных чиновников, политологов и других специалистов, которые описывают страну как «невинную», «гуманистическую» и «спровоцированную Западом» жертву, а Польшу (Запад) — как «жестокое», «антигуманное» государство; доля данной субстратегии («личный авторитет») составляет 88,2%. Кроме того, существуют и субстратегии, опирающиеся на авторитет международного права и норм (11,8%). В массмедиа срабатывает и эффект толпы — такую субстратегию можно рассматривать как авторитет группы (2%).

Частотность использования стратегии «этическая оценка», «рационализация» «альтруизм» не сильно отличаются. Это связано с тем, что плохой имидж ЕС, созданный Беларусью, фокусируется на «отсутствии гуманитарной помощи», «закрытии глаз на страдания беженцев» и «использовании беженцев для преднамеренного разжигания политических противоречий».

Таким образом, эти обвинения одновременно легитимируют поведение ЕС и делегитимируют поведение Белоруссии с точки зрения трех вышеуказанных стратегий: морали, рациональности и альтруизма.

Лю Юй

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: к. полит. н., ст. преп. Лай Линчжи

КИТАЙСКО-ЮЖНОКОРЕЙСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В ОСВЕЩЕНИИ КИТАЙСКОЙ ПРЕССЫ (НА МАТЕРИАЛАХ ГАЗЕТЫ «ЖЭНЬМИНЬ ЖИБАО»)

Восточная Азия — крупный очаг конфуцианства. И все ведущие страны данного региона — Япония, Южная Корея и Китай — находятся под влиянием идей Конфуция. Территориальная близость и духовное единство этих интенсивно развивающихся

региональных экономик стали в последние годы факторами усиления интеграционных процессов. Характер дипломатических отношений между лидерами Восточноазиатского сообщества и медийные образы межгосударственных контактов мощно влияют не только на жизнь жителей региона, но и целую Евразию и даже на весь мир.

Практика освещения в китайских СМИ японско-китайских отношений нами была уже изучена в статье «Китайско-японские отношения в освещении китайских СМИ (на материалах “Жэньминь жибао”»)». В данной статье будет рассмотрен опыт китайской периодики по отражению внешней политики КНР в отношении Южной Кореи. Эмпирическую базу исследования составили материалы газеты «Жэньминь жибао» — ведущего периодического издания КНР, отражающего официальное отношение китайского правительства ко всем аспектам жизни китайского общества. Хронологические рамки исследования: 01.01.2019 — 31.12.2020 гг. Выборку составили 90 публикаций, затрагивающих отношения КНР и Южной Кореи.

Анализ показал, что большинство публикаций о Южной Корее связано с темой политики (более 46%). Самые распространенные информационные поводы — это встречи или конференции лидеров двух стран, характер освещения событий — объективный, оценка — нейтральная.

Характерной особенностью журналистских текстов на политическую тематику является акцент на успехах, достигнутых странами в сфере сотрудничества. Например, в статье, посвященной онлайн-встрече министров экономики Китая и Кореи, состоявшейся 20 октября 2020 г., журналист пишет: «На встрече стороны обменялись мнениями и достигли консенсуса по ряду вопросов. Страны договорились активно продвигать совместную реализацию проекта “Один пояс, один путь”, ускорить строительство демонстрационной зоны международного сотрудничества между КНР и Южной Кореей (Чанчунь), сосредоточиться на создании новых точек роста для двустороннего сотрудничества, чтобы сделать сотрудничество Китая и Южной Кореи движущей силой регионального и мирового экономи-

ческого развития» [“第16次中韩经济部长会议召开”(Состоялась 16-я встреча министров экономики Китая и РК) <http://politics.people.com.cn/n1/2020/1018/c1001-31895877.html>].

Сотрудничество КНР и Южной Кореи в сфере культуры и экономики — это темы, которые по популярности занимают второе (20%) и третье место (13,5%). Примечательно, что «Жэньминь Жибао» уделяет большое внимание обмену двух стран в социально-экономической и культурной сферах, а не внутренним проблемам Южной Кореи в экономике и культуре. Это соответствует приоритетам во взаимоотношениях КНР и Южной Кореи: важны вопросы сотрудничества и достижения партнера по региональной интеграции, а не его внутригосударственные проблемы. Такие репортажи рассматриваются как средство дипломатической пропаганды. Например, в публикации от 22 декабря 2020 г. представлена информация о том, что южнокорейское правительство представило политику содействия экономической трансформации страны: «22 декабря 2020 г. правительство Южной Кореи объявило о плане инвестировать 160 трлн вон (1 доллар США составляет около 1111 вон) к 2025 г. для активного развития цифровой и «зеленой» экономики и содействия экономическим преобразованиям. После запуска соответствующих планов корейское бизнес-сообщество отреагировало положительно» [“韩国出台政策推动经济转型 (Южная Корея представила политику, направленную на экономическую трансформацию) <http://world.people.com.cn/n1/2020/1222/c1002-31974212.html>].

Таким образом, китайские СМИ уделяют довольно много внимания сотрудничеству с Южной Кореей или внутренним южнокорейским горячим темам в различных сферах. Нейтральные оценки встречаются в текстах политической направленности. Публикации о культуре, экономике и технологиях Южной Кореи содержат положительные оценки. О негативных явлениях в Южной Корее китайские журналисты пишут мало, большинство таких статей посвящено пандемии коронавируса, авариям и стихийные бедствиям. Например, «Южная Корея страдает от наводнений» [“韩国持续遭受暴雨袭击”. <http://env.people.com.cn/n1/2020/0807/c1010-31813970.html>] или «38 человек погиб-

ли при пожаре на стройке в Южной Корее» [“韩国一仓库起火致38人死亡”. <http://world.people.com.cn/n1/2020/0430/c1002-31693661.html>].

А. Ю. Табелева

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: к. психол. н., доц. И. И. Скрипнок

**Журналистика
в формировании ментального ландшафта
непризнанных государств ближнего зарубежья
(случай Нагорного Карабаха)**

Исследование направлено на изучение деятельности СМИ по формированию ментального ландшафта непризнанных государств ближнего зарубежья, политический статус которых до сих пор не определен на международном уровне. Выдвигается тезис о ключевой роли журналистики в развитии «замороженных» конфликтов вокруг непризнанных государств. СМИ закладывают в сознание граждан определенную идеологию и участвуют в формировании идентичности, предопределяя тем самым политические и социальные действия конфликтующих сторон.

Данная работа строится на описании кейса Нагорно-Карабахской Республики. Исследуется масштабная информационная война, которую в сентябре — октябре 2020 г., в период перехода карабахского конфликта в острую фазу, вели СМИ Азербайджана и Армении. Каждая из противоборствующих сторон посредством массовой информации пыталась оказать влияние на мнение населения всех задействованных в конфликте территорий.

Исследование направлено на выяснение того, каким образом политические акторы с помощью СМИ могут интерпретировать ключевые политические события и влиять на предпочтения граждан той или иной страны.