

## ТОЛЕРАНТНОСТЬ В ВОСПРИЯТИИ МЕДИАОБРАЗА КИТАЯ И РОССИИ СТУДЕНТАМИ ДВУХ СТРАН

Ню Мэнди

*Санкт-Петербургский государственный университет*

Поступила в редакцию 8 ноября 2020 г.

**Аннотация:** в статье представлены результаты опроса молодых людей Китая и России, ориентированных на изучение журналистики (более 72% респондентов имеют отношение к отрасли, связанной с журналистикой). Опрос проводился в первую волну пандемии и показал в целом положительное отношение китайской и российской молодежи к соседней стране, сформированное прежде всего средствами массовой информации. Вывод: принцип толерантности, используемый журналистами двух стран, оказал влияние на благоприятное восприятие медиаобраза России и Китая.

**Ключевые слова:** СМИ России, социальные сети, СМИ Китая, толерантность, принцип, культурное разнообразие, взаимоуважение, взаимопонимание.

**Abstract:** the article presents the results of a survey of young people in China and Russia focused on the study of journalism (more than 72% of respondents are related to the industry related to journalism). The poll was conducted during the first wave of the pandemic and showed a generally positive attitude of Chinese and Russian youth towards the neighboring country, formed, first of all, by the media. Conclusion: the principle of tolerance used by the journalists of the two countries influenced the favorable perception of the media image of Russia and China.

**Keywords:** Russian media, social networks, Chinese media, tolerance, principle, cultural diversity, mutual respect, mutual understanding.

В начале XXI в. уже появилось глобальное движение журналистики к профессиональным нормам. Глобализированные СМИ объединяют всех журналистов во всем мире, которые связаны общими идеалами и целями, и стимулируют их стремления к установлению глобальных единых профессиональных норм [1]. Профессиональные нормы на практике обычно неотделимы от этических норм, и связи между ними основываются на более глубоком и существенном понимании моральных обязательств журналистов в обществе, а не просто процедурных словах, выраженных в кодексах и правилах. Для того чтобы такое существенное понимание стало основой профессионализма, подходящего к глобализированным средствам массовой информации, необходимо рассмотреть разнообразную культурную среду и политический фон всего мира [2]. Принцип толерантности может повысить уровень открытости СМИ и их аудитории, уменьшить уровень непонимания в коммуникациях.

Методологическим основанием для статьи послужили работы, посвященные изучению проблем формирования медиаобраза страны и государства. Медиаобраз в этих статьях понимается как промежуточное, дифференцированное представление о стране, создаваемое в сотрудничестве с разными сферами духовного творчества и отражающие особенности

текущего момента действительности [3]. Принимается во внимание сущностные черты медиаобраза: фрагментарность, ситуативность, динамичность.

Теоретико-методологическое значение для данного исследования имели работы Э. Гидденса, В. Керимова, А. Зенковкой, V. Rupa, M. Pesic, S. D. Reese [4–7] и китайских ученых Чэнь Лишэн, Дэн Ясинь [1], которые изучают понятие «инклюзивность» и «толерантная журналистика»; а также научные работы И. Блохина [8], рассматривающие разные подходы к определению понятия «толерантность»; статьи по теории массовой коммуникации Т. Новиковой, в которых обозначены функции толерантности в журналистике [9], труды Г. Мельник, Б. Мисонжникова, Е. Войтик. [10; 11], посвященных разным аспектам формирования имиджа России. Внимание автора привлекли работы в области теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса, а также исследования по названной теме китайского ученого Хань Хун [2].

Т. Новикова выделяет следующие основные функции толерантности в структуре личности: гуманитарную, идентификации, социальной адаптации, среди которых гуманитарная функция рассматривается как важнейшая, так как реализация именно этой функции задает само направление процессам идентификации и социальной адаптации человека в процессе профессиональной деятельности. Являясь важнейшей человекообразующей функцией, гуманитарная функция толерантности

способствует формированию механизмов взаимопонимания, коммуникации, сотрудничества, с опорой на которые реализуются функции идентификации и социальной адаптации [9]. Иными словами, самое первоначальное проявление формирования осознания толерантности отражается в коммуникационном механизме человека.

Вместе с тем остается открытым вопрос, как реализуется принцип толерантности в механизме коммуникации. Данную проблематику можно рассматривать с точки зрения теории дискурса Хабермаса, основанной на теории коммуникативного действия. «Коммуникативная рациональность» — центральная концепция этой теории. Хабермас утверждает, что данное понятие является основой истинной рациональности современного общества. Коммуникативная рациональность — это теоретический конструкт эффективной коммуникации, основанной на согласованности, взаимопонимании между субъектами, он предполагает наличие рационального ориентира, который принимается всеми субъектами коммуникационного сообщества. Принципы коммуникативной рациональности включают в себя: использование соответствующего языка для диалога; признание единых стандартов в сообществе; создание здоровой среды коммуникации [2].

«Понятие *толерантность* указывает на ситуацию, сопряженную с признанием Другого, когда Я встречает Другого. В этом случае возникает совершенно особый вид разумных отношений. Но есть и другой вид отношений, когда у Я при встрече с Другим возникает недоверие или страх, равнодушие или фанатичная борьба» [3].

После провала политики мультикультурализма в научном дискурсе заговорили о крахе толерантности. Исследования в области китайско-российских отношений показывают, что в освещении событий в двух странах присутствует принцип толерантности. Наш опрос, проводимый с целью выявления мотивационно-ценностного компонента толерантности в восприятии медиаобразов Китая и России молодыми людьми двух стран, показал состоятельность принципа «политическая толерантность» и ее метафорического образа («золотая середина», умеренность, устойчивость, разнообразие) [12].

Результаты исследования направлены на выявление общей оценки государства-соседа молодежью Китая и России и роли СМИ в формировании медиаобраза стран. В данном контексте важно проявление журналистами принципа толерантности в освещении событий в соседней стране и влиянии тональности текстов на восприятие аудитории.

В качестве гипотезы выдвинут тезис: толерантность как нормативный принцип совпадает с тенденциями развития современной журналистики, что отражается на восприятии страны-соседа жителями Китая и России.

Опрос респондентов проводился автором в интернете с 30 апреля по 15 мая 2020 г. среди россиян и китайцев, проживающих в данный момент в России или бывавших в ней ранее. Опросник состоял из двух частей: китайская часть была опубликована на китайской социальной платформе, а русская часть размещена на Google-платформе. Всего предложено 20 вопросов, 9 — в китайской части и 11 — в русской. В итоге получено 80 ответов китайских респондентов и 54 ответа русских.

Вопросы касались прежде всего источников информации о стране-соседе. Опрос показал: 85% китайских читателей предпочитает при получении достоверной информации выбирать китайские официальные СМИ о России или свои социальные сети, 41,25% узнают о России из зарубежных СМИ, 32,5% — из зарубежных социальных сетей, 25% — из бесед с близкими людьми, а 10% выбирают другие средства (вопрос многовариантный); среди российских читателей 48,1% выбирают российские официальные СМИ, 85,2% узнают информацию из социальных сетей, 31,5% — из зарубежных СМИ, 42,6% обмениваются информацией с близкими. Из-за различий журналистских систем и ценностей граждан в двух странах больше китайских читателей предпочитают официальные каналы, а россиянам больше нравятся социальные сети.

Показательны ответы, полученные от китайских респондентов, на вопрос «Какой вы видите Россию в освещении СМИ Китая». 73,75% китайских читателей видят верные и крепкие двусторонние отношения между Россией и Китаем, 18,75% респондентов считают, что две страны являются лишь партнерами, 5% полагают, что Россия просто сосед Китая, а лишь 2,5% читателей думают, что у России есть скрытые мотивы дружить с Китаем.

В ответах российской стороны на вопрос «Каким вы видите Китай в освещении СМИ России» оказалось, что 22,2% видят в России верного друга, более 55,6% считают, что две страны имеют партнерские отношения. Лишь 14,8% полагают, что Китай не искренне дружит с Россией, а имеет скрытые мотивы.

Большое количество положительных сведений в СМИ и социальных сетях о двусторонних отношениях России и Китая оставило у читателей позитивное впечатление. Это позволяет большинству респондентов согласиться с мнением о партнерстве и даже искренней дружбе двух стран.

Исходя из оппозиции публикаций, СМИ в двух странах придерживаются принципа толерантности в формировании имиджа друг друга, что также заложило основу для создания позитивных двусторонних отношений. Китайские СМИ полностью отражают характеристики толерантности в жанрах публикаций, языковых особенностях, способах выражения и других аспектах. Формируемый имидж России в китайских СМИ неизменно вызывает до-

брожелательность у китайских читателей по отношению к стране [13]. С точки зрения российских читателей, мы видели аналогичные явления — освещение событий жизни в Китае были в основном положительные или нейтральные.

Поведение СМИ России и Китая оказали соответствующее влияние на сознание их граждан.

Вопрос, обращенный к российской молодежи, «Одобряете ли Вы имидж Китая, созданный российскими СМИ?» показал удовлетворенность большинства опрошенных работой СМИ. Так, 51,9% согласились с тем, что, возможно, имидж Китая не совсем совпадает с настоящим состоянием страны, но примерно соответствует действительности. 22,2% посчитали, что настоящий Китай лучше, чем его имидж в российских СМИ, а 20,4% нашли, что образ приукрашен, а настоящий Китай не так хорош, каким представлен в российских СМИ, ещё 5,6% считают, что имидж Китая, созданный российскими СМИ, является настоящим.

Симптоматичными оказались ответы, полученные от китайских респондентов, на вопрос «Одобряете ли вы имидж России, созданный китайскими СМИ?». 55% респондентов посчитали, что имидж России в китайских СМИ примерно совпадает с настоящим, 20% опрошенных видят полное совпадение.

Мало того, толерантные подходы СМИ двух стран действительно усилили чувство идентичности читателей к другой стороне.

Вопрос «Укрепляете ли ваше чувство идентичности позитивные публикации о России в китайских СМИ» дал такие результаты: 64,8% респондентов ответили утвердительно, остальные посчитали, что публикации не затрагивают их чувства идентичности.

Схожий вопрос для китайских респондентов получил также позитивные результаты: 83% дали утвердительный ответ.

Очевидно, что в вышеперечисленных вопросах ответы китайских респондентов были более положительными и оппозиционность некоторых российских СМИ не оказалась принципиальной для опрошенных молодых людей из Китая. В целом оценки тяготели к нейтральности. Такое различие также отражается в конкретных ответах на конкретные вопросы.

Китайским молодым людям был адресован вопрос: «Как вы считаете, позволяет ли такое выражение, как *боевой народ*, формировать имидж дикой и воинственной страны в вашем сознании?». Ответ 76,25% показал, что они рассматривают это как шуточное выражение, ничего общего не имеющее с настоящим имиджем российского народа.

Таким образом, китайские читатели признают позитивный имидж России, медиапубликации вызывают положительное отношение к российской культуре и укрепляют межкультурные коммуникации.

Вопрос об освещении в российских СМИ вопроса «китайской угрозы» показал, что 77,8% опрошен-

ных не встречали в СМИ таких текстов, а 22,2% (что в три раза меньше), подтвердили, что встречали такие публикации.

На вопрос «Как вы относитесь к «китайской угрозе» в российских и мировых СМИ?» респонденты двух стран отвечали серьезно. Опрос показал примерно одинаковый ответ: «Это непонимание и искажение информации о Китае, так называемые доказательства не имеют никаких оснований, таким СМИ я не доверяю» (46,3%); «хотя СМИ сознательно преувеличивают угрозу, предлагают аргументы, это наводит меня лишь на какие-то размышления и вызывает уважение к СМИ» (50%). 3,7% опрошенных посчитали, «хорошо, что СМИ выполняют свои обязанности, информируют о реальных угрозах».

Нетрудно заметить, что российские читатели остаются открытыми, когда сталкиваются с радикальными суждениями, в частности суждениями о своей Родине, что резко контрастирует с реакцией китайских читателей.

Российской молодежи был предложен вопрос: «Американские СМИ часто обвиняют Россию и представляют закулисным злодеем в международных конфликтах. Что вы думаете об этом?»

25,9% увидели в этом «злонамеренное искажение имиджа России», отвечали, что «такое поведение очень злит и должно быть прекращено». 44,4% полагают, что зарубежные СМИ имеют право усомниться в положительном имидже России, но не предоставляют убедительных доказательств того, что Россия действительно «злодей».

22,2% посчитали, что нельзя ограничивать свободу слова, мы не имеем права вмешиваться в процесс информирования, и только 7,4% убеждены, что американские СМИ правы.

Китайским студентам был задан вопрос: «Как вы относитесь к преднамеренному искажению имиджа Китая (например, COVID-19 стала уханьской пневмонией) в освещении зарубежными СМИ?». 90% респондентов полагают, что «это неуважение к стране, такой прессе необходимо извиняться за ложную информацию».

Сопоставляя результаты проведенного опроса с теориями, увидим, что концепция толерантности может быть использована в качестве нормы в профессиональной журналистской деятельности для развития инклюзивной журналистики.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что толерантность как нормативный принцип в современной профессиональной журналистике соответствует тенденции развития журналистики и коммуникации в современном обществе и может содействовать здоровому развитию демократического общества. Конкретными проявлениями этого принципа являются такие характеристики, как уважение культурного разнообразия и права на существование различных мнений и обеспечение

равенства права голоса; использование соответствующего языка в публикациях, уважение к языку объекта коммуникации; соблюдение международных стандартов, предотвращение распространению стереотипов, создание общего пространства; поддержание гармоничной журналистской среды, открытых отношений и постоянного совершенствования; обеспечение достоверности фактов в освещении событий, всестороннее разъяснение истины, предотвращение искажения и вырезки из контекста; преодоление субъективности выбора.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Чэнь Лишэн. Краткое изложение исследований по развитию инклюзивной журналистики / Чэнь Лишэн, Дэн Ясинь // Западное радио и телевидение Китая. — 2017. — № 20. — С. 52–53.
2. Хань Хун. О подходах действия к рационализации коммуникативного — основные вопросы теории коммуникативного действия Хабермаса / Хань Хун // Академические исследования. — 2002. — № 2. — С. 45–50.
3. Богдан Е. Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики / Е. Н. Богдан // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика, — 2007. — № 4. — С. 122–127.
4. Гидденс Э. Третий путь: Возрождение социал-демократии / Э. Гидденс. — М., 2000.
5. Толерантность в обществе различий. — Екатеринбург. — 2009. — Вып. 15.
6. Reese S. D. Understanding the Global Journalist: a hierarchy-of-influences approach / S. D. Reese // Journalism Studies. — 2001. — № 2. — P. 173–175.
7. Rupar V. Development of Journalism Education and Rebuilding Democracy / V. Rupar, M. Pestic // Rebuilding Egyptian Media for a Democratic Future, Cairo: Dar Alam al-Kuttub. — 2012. — P. 154–171.
8. Блохин И. Н. Толерантность как принцип журналистской деятельности / И. Н. Блохин // Вестник С.-Петерб. ун-та. — 2008. — Сер. 9. — Вып. 3. — Ч. 1. — С. 120–126.
9. Новикова Т. В. Функции толерантности в журналистской деятельности / Т. В. Новикова // Идеи и новации. — 2018. — Т. 6. — № 1. — С. 31–37.
10. Мельник Г. С. Медиаобраз России в казахстанских СМИ / Г. С. Мельник, С. Х. Барлыбаева, А. Б. Альжанова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Журналистика. Филология. — 2020. — № 3. — С. 110–116.
11. Melnik G. S. The Image of Russia in the Western Media as a Military Threat / G. S. Melnik, B. Ya. Misonzhnikov, E. A. Vojtik // Ariel. National Resilience, Politics and Society. — Volume 1. — № 2. — Fall 2019 (Ariel). — P. 225–250. — Режим доступа: <https://doi.org/10.26351/NRPS/1-2/5> (дата обращения: 05.11.2020).
12. Боярков Р. Л. Феномен толерантности: политологический анализ: автореф. дис. ... канд. полит. наук / Р. Л. Боярков. — СПб., 2011.
13. Нью Мэнди. Толерантность в формировании имиджа России в современных китайских СМИ / Нью Мэнди // Современная медиасреда: традиции, актуальные практики и тенденции. Взгляд молодых исследователей. — 2019. — С. 114–119.

Санкт-Петербургский государственный университет  
Нью Мэнди, аспирант Высшей школы журналистики  
и массовой коммуникации  
E-mail: 519937105@qq.com

Saint Petersburg state University  
Nyu Mandy, Postgraduate Student of the Higher School of  
Journalism and Mass Communication  
E-mail: 519937105@qq.com