

Секция «Журналистика»

**Оценка предвыборной кампании Президента Российской Федерации в
иностраных СМИ**

Башурова Дарья Михайловна

Студент

Иркутский государственный лингвистический университет, Заочный факультет,

Иркутск, Россия

E-mail: dasha_bashurova@mail.ru

Для исследования отношения к предвыборной кампании Президента России, формировавшегося в иноязычной прессе, были изучены материалы англо и немецкоязычных газет, опубликованные в период с декабря 2011г. до 15 февраля 2012г: “Deutsche Welle” (Германия), информационное агентство “Reuters” (Великобритания), “The Washington Post” (США), “Christian Science Monitor” (США), “The Financial Times” (Великобритания), “Le Figaro” (Франция).

В анализируемых изданиях можно отметить схожие черты в подаче материала, характеризующего российскую предвыборную кампанию.

В ходе исследования был выявлен основной круг тем, характеризующих российскую внутривнутриполитическую ситуацию, сложившуюся по итогам проведения парламентских и в ожидании президентских выборов. Стоит отметить, что во всех изданиях проглядывается линия проявления в России «антиамериканизма». Так в газете “The Washington Post” (США) говорится, что в настоящее время Москва представляет собой отвратительную волну американизма, поднятую В. Путиным, перерастающую в выпады против нового посла и лидеров российской оппозиции, ставя под вопрос будущее российско-американских отношений.

Примечательным фактом является и то, что в иностранных СМИ, также как и в отечественных периодических изданиях, проводится параллель контрастности двух информационных пространств, выявленная еще в ходе парламентских выборов: кардинально разный дискурс непосредственно СМИ и Интернет. Так в газете “Deutsche Welle” (Германия) говорится, что парламентская и президентская кампании выявили большие перемены на российском медиарынке. По их мнению, Интернет как источник информации и средство агитации становится в России реальным конкурентом телевидения, по некоторым оценкам в сети «сосредоточено» 66% избирателей. На этом фоне отчетливо возникает необходимость учитывать контрастный взгляд двух аудиторий, их оценку положения в стране и уже с учетом мнений обеих категорий избирателей строить политику позиционирования кандидатов.

Охотно иностранные СМИ комментируют митинги, проводимые оппозиционными партиями. Информационное агентство “Reuters” представляет оппозиционные движения неким трендом, показным шиком истории в России, проводя параллель между белыми ленточками (символом выступающих за честные выборы) и дефицитными джинсами 1980-х гг. В статье «White protest ribbons all the rage for chic Russians» говорится, что спустя две недели после последнего протеста, белые ленточки, используемые оппозицией, можно встретить на любой московской улице, на рюкзаке студента и на дорогой сумочке, что свидетельствует о массовой симпатии. Отмечается, что и сам вопрос моды стал чаще использоваться чиновниками как инструмент для разделения общества

на бедных в телогрейках и богатых в мехах. «Самая мерзкая вещь, которую делают власти – они делят людей на два лагеря», - написала в своём микроблоге светская львица и телеведущая Ксения Собчак. По мнению иностранных СМИ растущее оппозиционное движение по большей части поддерживается эмансипированным средним классом. Несмотря на то, что улучшением своего социального и экономического положения они обязаны руководству Путина сначала в качестве президента, теперь и в качестве премьер-министра, этот сегмент российского общества продолжает требовать большей свободы и прав.

Особое внимание иностранные СМИ уделяют свободе слова, комментируя недовольство оппозиции, протестующей против неравного освещения в СМИ кандидатов на президентских выборах 4 марта. Так в газете “Christian Science Monitor” (США) характеризуют эту ситуацию, как нападки в отношении «островков свободы российских СМИ», представляя в качестве случаев «кремлёвского» вмешательства смену состава совета директоров независимой радиостанции России «Эхо Москвы», снятие с эфира ток-шоу Ксении Собчак, пригласившую к участию в беседе оппозиционного активиста Алексея Навального. Особое внимание иностранных журналистов привлекают предвыборные дебаты, транслируемые государственными каналами. Примечательно, что несмотря на превалирующее одобрение действий оппозиции в газете “The Financial Times” (Великобритания) говорится, что после попытки оседлать волну народного недовольства три кандидата оппозиции постепенно дистанцировались от протестующих и сегодня говорят об опасности «оранжевой заразы» (намёк на революцию на Украине в 2004 году). Также отмечается, что несмотря на все заявления о фальсификациях на парламентских выборах, они не согласны с возможностью пересмотра их результатов из опасения потерять уже имеющиеся кресла в Думе. Более того, «Единая Россия» обвиняет их самих в многочисленных нарушениях. Наконец, они выступают против смягчения правил регистрации партий, так как боятся обострения политической конкуренции.

В целом, можно констатировать, что в иностранной прессе превалируют негативные оценки по отношению не столько к предвыборной кампании, сколько к России в целом (но при прагматическом подходе). Вместе с тем стоит отметить, что степень агрессивности к России в немецких СМИ, как показывает исследуемый материал, ниже, чем в англо-американских и французских СМИ.