

Секция «Журналистика»

Формирование «дизайна страны» в международном радиовещании (на примере Республики Беларусь и Китайской Народной Республики)

Петкевич Виктория Михайловна

Студент

Белорусский государственный университет, Институт журналистики, Минск,
Беларусь

E-mail: vtrxy93@mail.ru

Национальная идентичность является основой «единого стратегического дизайна» страны. Это значит, что каждый элемент в имиджевом проекте соотносится с центральным понятием – идентичностью, выработанной и четко сформулированной на основе географических, исторических, национальных и других особенностей государства [1, с. 80]. Наряду с такими важными аспектами, как внешняя политика, дипломатия, деятельность представительств и культурных центров за рубежом, для поддержки положительного имиджа страны требуется работа над продвижением туризма, так как именно эта отрасль способствует популяризации государства среди массового зарубежного населения и приносит экономическую выгоду.

Многовекторное партнерство между Россией и Беларусью, Россией и Китаем свидетельствует о близких двусторонних взаимоотношениях государств, а также стимулирует интерес россиян к Беларуси и Китаю. Немаловажен и тот факт, что это сопредельные с Россией страны. Географическая близость содействует увеличению количества желающих россиян посетить именно эти государства. Важным фактором развития таких взаимоотношений является презентация Беларуси и Китая российской аудитории через средства массовой информации.

Так, одним из способов презентации туристического продукта за рубежом является трансляция тематических программ в эфире международных радиостанций, нацеленных на создание позитивного медиаобраза страны в мире. В нашем случае объектом анализа выбраны передачи «Туристу на заметку» (международное радио «Беларусь», РБ) и «Путешествия по Китаю» («Международное радио Китая», КНР). Обе программы имеют сходные форматы: они ориентированы на русскоязычную аудиторию, продолжительность каждой из них около 10 минут, выходят раз в неделю с целью заинтересовать слушателей, то есть потенциальных туристов, культурой, историей, природным разнообразием своей страны, что позволяет проводить их сопоставительный анализ.

Сегодня перед авторами программ «Туристу на заметку» и «Путешествия по Китаю» стоит задача не только познакомить слушателей с национальными особенностями Беларуси и Китая, но и подчеркнуть динамичное развитие стран в экономической, социальной и других сферах. Так, нередко внимание акцентируется на высоком уровне инфраструктуры, создаваемой возле туристических объектов. В Беларуси это наиболее часто проявляется в программах, посвященных агроэкотуризму. В условиях природного богатства страны зеленый туризм является перспективным направлением. Ведущий программы замечает, что *«перед хозяевами агроусадеб поставлена задача не просто обеспечить человека жильем и питанием, а создать интересный и оригинальный туристический продукт» (20.12.13), «благодаря проекту на территории заказчика*

строится экологическая тропа, которая сделает путешествие по болоту более доступным и привлекательным» (25.10.13), «несколько лет назад семья Калиновских решила взять льготный кредит на развитие агротуризма» (28.06.13).

В свою очередь, в программах на «Международном радио Китая» акцентируется внимание на инновационных достижениях, повышении уровня жизни местных жителей: *Инженер-светотехник Фан Ян рассказывает, что все сделано по последнему слову техники. Новейшие приборы могут создавать прямо в воздухе трехмерные изображения (08.08.13); Сегодня древний город Сиань уверенно идет по пути модернизации (14.06.13); (1) Раньше для поездки на поезде от Шэньчжэня до Сямэня надо было делать пересадку, требовалось 12 часов. (2) Теперь на все про все уходит только 3 с половиной часа, без пересадок. Коренным образом изменились сухопутные транспортные условия в районах двух южных китайских провинций Гуандун и Фуцзянь (17.01.14).*

Авторы программы «Путешествия по Китаю» ставят своей задачей развеять сложившиеся стереотипы о Китае как о стране с низким уровнем развития. Поэтому корреспонденты для создания реалистичного образа страны не отрицают прошлого (1), а подают его в контрасте с прогрессивным настоящим (2). Таким образом журналисты говорят о современном высокотехнологичном Китае и в то же время презентуют радиослушателям национальную идентичность, рассказывая об одной из древнейших мировых цивилизаций.

В то же время авторы программы «Туристу на заметку» стремятся доказать, что Беларусь – это независимое государство с самобытной культурой. Аутентичность белорусского наследия была незаслуженно забыта, так как эта страна не имела собственной государственности на протяжении разных исторических периодов. Российские туристы обычно едут в Беларусь как в страну бывшего Советского Союза с военным прошлым и посещают историко-культурный комплекс «Линия Сталина», мемориальные комплексы «Хатынь» и «Брестская крепость-герой». Но сейчас, кроме этого, журналисты международного радио «Беларусь» все более активно поднимают тему фольклорного наследия, рассказывают о народных праздниках, исторических памятниках, сохранившихся со времен Великого княжества Литовского и т. д.

Следует отметить и способы подачи информации в эфире «Международного радио Китая» и радио «Беларусь». Программы «Путешествия по Китаю» фактологически насыщены географическими названиями, точными датами. Повествование ведется линейно, по выработанной схеме: в начале приводятся базовые факты об объекте программы, затем идет описание свойств этого объекта, также ведущий обращает внимание на его ценность для туристов. В передачах отводится минимальная роль интервьюируемому. Например, в программе о провинции Хэйлуцзян автор рассказывает о ней в течение 2 минут, тогда как реплика туриста длится всего лишь 20 секунд (10.02.14).

В программе «Туристу на заметку» используется иная методика. Как правило, корреспондент ограничивается небольшими текстами. Он упоминает несколько интересных фактов, лишь подготавливая слушателя к выступлению героя передачи. В одной из программ, посвященной старинному свадебному обряду «Три рушника», вступление ведущего длится 40 секунд. Основная нагрузка лежит на интервьюируемом фольклористе, которому отводится 4 минуты в эфире для полноценного раскрытия темы (14.02.14).

Таким образом, исследуемый материал показал, что презентация туристического

продукта в Беларуси и Китае опирается на представлениях о национальной идентичности. Программы туристической тематики в международном радиэфире создают имидж современного, развитого, открытого государства, которое может быть интересно своей самобытной и уникальной культурой.

Литература

1. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Г. Бренды и имиджи. М., 2006.