

## Особенности медиарепрезентации экономического конфликта США и КНР

Научный руководитель – Кувыркова Екатерина Александровна

*Басинских Семён Вячеславович*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра информационного обеспечения внешней политики, Москва, Россия

*E-mail: sam.bas99@yandex.ru*

Экономический конфликт между США и КНР, двумя крупнейшими мировыми экономиками, начался в 2018 г. и стремительно перерос в полномасштабную торговую войну, повлиявшую на многие аспекты международных экономических отношений. Заслуживающим внимания с нашей точки зрения стало рассмотрение данного противостояния через призму так называемой «эпохи постправды», отличительной чертой которой является ключевая роль СМИ и социальных сетей в формировании публичного дискурса.

В связи с этим, актуальность приобретает исследование особенностей освещения этого конфликта средствами массовой информации обеих стран. Данное исследование показывает, какие аспекты экономического противостояния воспринимаются как наиболее важные представителями двух разных культур.

Существует мнение, что в зависимости от конкретных культурных, политических и социологических особенностей, СМИ разных стран по-разному расставляют акценты при освещении одних и тех же событий, что влечет за собой различия в восприятии данных событий тем или иным обществом. Такой подход к изучению средств массовой информации основывается на теории установления повестки дня (англ. Agenda-setting theory) и связан с именем американского писателя Уолтера Липпмана. В своей книге 1922 г. «Общественное мнение» он пишет: «СМИ являются основным связующим звеном между событиями в мире и людьми, и они определяют, как эти события будут отражены в умах общественности» [1].

Информационная политика в КНР очень сильно отличается от таковой в США. Освещение торговой войны в китайских СМИ находится под жесткой цензурой: право публиковать материалы на эту тему есть лишь у крупнейших государственных и партийных медиа-источников («Женминь жибао», «Синьхуа», «Гуаньча») [2]. Особенно сильно контролируются материалы, описывающие конкретное состояние китайской экономики, валюты и биржевых индексов. В связи с этим показательное изменение риторики китайских СМИ, произошедшее на рубеже 2018-2019 годов: на смену триумфальному и насмешливому тону большинства публикаций пришло изображение китайского общества в качестве жертвы непредсказуемого американского лидера [2]. Основной стратегией медиа-источников КНР при освещении торговой войны является прямая критика действий и высказываний президента США Дональда Трампа и его администрации, а также контекстуальное противопоставление агрессивного и экспансионистского политического курса США «искренним стремлениям» Китая, его борьбе с «политикой односторонних действий и торгового протекционизма» [3].

Если в КНР информация об ощутимом влиянии торговых войн на состояние китайской экономики подвергается строгому государственному контролю, дабы «избежать распространения паники среди населения» [2], то подход американских СМИ к освещению данного конфликта, напротив, отличается повышенным вниманием к конкретным статистическим данным. В публикациях, посвященных экономическому противостоянию, большинство американских изданий с тревогой указывают на то, как эскалация тарифных

ставок и рекордный рост торгового дефицита наносят непоправимый ущерб экономике страны и простому американскому потребителю [4]. Кроме того, в публичном дискурсе США остро ощущается недовольство в первую очередь действиями американских же политиков и администрации Трампа: некоторые источники высказывают предположение, что неуступчивость президента в переговорах с Китаем, тормозящая процесс двустороннего урегулирования конфликта, вызвана стремлением «найти победы, чтобы продать их избирателям», а также нежеланием Трампа «показаться слабым» в свете предстоящих президентских выборов [5].

Столь глубокие различия в освещении торговой войны средствами массовой информации США и КНР можно объяснить с позиции теории установления повестки дня, также принимая во внимание культурологические различия американского и китайского обществ. В китайском обществе традиционно ценится сплоченность и неделимость коллектива, особенно перед лицом общего «врага»; кроме того, китайская культура характеризуется сильным уважением и доверием к власти. По этим причинам СМИ КНР акцентируют внимание аудитории в первую очередь на противостоянии двух экономических систем, намеренно упуская из виду статистические и экономические данные, которые могли бы пошатнуть авторитет правящей партии и заставить общество усомниться в правильности позиции, занимаемой Китаем в данном конфликте.

С другой стороны, для американской аудитории гораздо более важным является то, как экономический конфликт двух крупнейших экономик мира отражается на благосостоянии отдельного потребителя. Кроме того, не стоит забывать о том, что сектор частного бизнеса, больше всего страдающий от растущих пошлин, гораздо сильнее развит в США, нежели в Китае - именно поэтому американские медиа-источники уделяют большое внимание конкретным последствиям экономического конфликта, таким как ставки тарифов, объем торгового дефицита и изменения в ценах на потребительские товары [6].

### Источники и литература

- 1) 1) Уолтер Липпман. Общественное мнение. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. Гл. 1.
- 2) 2) Don't mention the trade war: what China doesn't want people to know in its dispute with the US [Электронный ресурс] // South China Morning Post. URL: <https://www.scmp.com/news/china/economy/article/2155264/dont-mention-trade-war-what-china-doesnt-want-people-know-its> (дата обращения: 01.03.2020).
- 3) 3) На саммите «Большой двадцатки» Китай покажет, как он умеет брать на себя международную ответственность [Электронный ресурс] // Гуаньча. URL: [https://www.guancha.cn/ShenYi/2018\\_11\\_30\\_481603\\_1.shtml](https://www.guancha.cn/ShenYi/2018_11_30_481603_1.shtml) (дата обращения: 01.03.2020).
- 4) 4) U.S.-China Trade Deficit Hits Record, Fueling Trade Fight [Электронный ресурс] // The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2018/02/06/us/politics/us-china-trade-deficit.html> (дата обращения: 01.03.2020).
- 5) 5) A rattled Trump scrambles for victories ahead of election [Электронный ресурс] // CNN. URL: <https://edition.cnn.com/2019/08/28/politics/donald-trump-2020-election-pardons-walls-victories/index.html> (дата обращения: 01.03.2020).
- 6) 6) 600 companies including Walmart, Costco and Target warn Trump on tariffs [Электронный ресурс] // CNN. URL: <https://edition.cnn.com/2019/06/13/business/trade-war-trump-china-walmart-target-costco/index.html> (дата обращения: 01.03.2020).