

## РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА РОССИИ В ЗАРУБЕЖНОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

О. В. Дегтярева

*Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте Российской Федерации*

Поступила в редакцию 25 сентября 2020 г.

**Аннотация:** в статье рассматривается репрезентация образа России в дискурсе зарубежных СМИ. Принимая во внимание определение имиджа государства как особого понятия, в статье анализируется лексема «Россия», а также идентичности, связанные с этим образом в политическом дискурсе.  
**Ключевые слова:** дискурс, имидж государства, национальная идентичность, концепция, ассоциация.

**Abstract:** this article focuses on the representation of the image of Russia in the discourse of foreign media. Taking into account the definition of the image of the state as a special concept, the article claims the lexeme «Russia», as well as the identities associated with this image in political discourse.

**Keywords:** discourse, image of state, national identity, concept; association.

Впервые понятие «образ государства» ввел исследователь К. Боулдинг. Пытаясь объяснить причины конфронтации между различными государствами, он пришел к выводу, что «граждане имеют определенные образы (или представления) о своей нации по отношению к другим нациям, и эти образы отражают определенные ценности и эмоции» [1, 15]. «Оценки в отношении политических фактов и акторов, транслируемые определенной категорией СМИ, оказывают существенное влияние на формирование позиций лидеров мнений, а значит, и устойчивых восприятий образов действующих акторов на международном пространстве» [1, 96].

Процесс формирования имиджа предполагает выбор идентичностей и лексем, а также различных языковых средств, выходящих на поверхность оценочного и метафорического слоев соответствующего понятия. Анализ таких средств, участвующих в формировании образа России, необходим для выявления идеологических ценностей этого дискурса и стереотипов, которые он формирует в сознании людей. В этой связи проблема формирования образа России за рубежом в условиях дестабилизации отношений между Российской Федерацией и Западом по ключевым вопросам международной политики и появление национальных идентичностей и ассоциаций, дает возможность использования новых подходов к пониманию процедур и инструментов формирования медиаобраза. Ассоциация трактуется как ментальная связь между концепциями, событиями или психическими состояниями, которая обычно возникает из определенного опыта [2]. Рассматриваемые ассоциации в основном формируются в речи, где на

звание концепта регулярно используется с другими лексемами. Таким образом, понятие и все связанные с ним ассоциации составляют концепт [3], включающий разные слои, например «метафорический» или сенсационный (визуальный, звуковой, тактический и др.) [3]. Роль и выбор метафорических конструктов в дискурсе определяется различными факторами: «от чисто декоративной риторики до идеологической позиции» [4, 407].

Анализируя роль медийного дискурса в создании национальной и альтернативной к ней идентичностей, целесообразно рассмотреть два ключевых аспекта формирования идентичностей: с одной стороны, это отношения между национальной идентичностью и постсоветской/восточнославянской наднациональной, а с другой стороны, соотношение советского и несоветского элементов внутри национальной идентичности. В обоих случаях происходит объединение публичных и частных дискурсов, однако медийный играет одну из ведущих ролей. Это обусловлено тем, что основополагающим признаком медийной системы государств, входивших в СССР (например, Украины, Белоруссии), выступает их «постсоветскость», то есть радикальное изменение общественной роли СМИ по сравнению с советским периодом развития и, одновременно, сохранение советских черт и признаков в самих медиа и их общественном контексте.

Перейдем к детальному анализу материалов СМИ, который охватывает различные дискурсивные уровни и явления. Так, главными элементами этой структуры являются тематические приоритеты анализируемого дискурса, концептуализированные как задания ежедневно актуальных для аудитории вопросов. Кроме того, важны способы подачи пред-

ставленных событий. Как и общее наполнение телевизионного эфира и газетных полос, содержание новостей будем анализировать на примере одной недельной выборки шести наиболее популярных украинских телеканалов (07–13.09.2020) («Интер», «1+1», СТБ, «112 Україна», NEWSONE, «Україна»), которые различаются по параметрам: принадлежность к определенному собственнику, размер и характер аудитории, стиль и язык и т.п. Рассмотрим географическую структуру дискурса, прежде всего соотношение текстов об Украине и о мире. Для этого добавим тексты СМИ о связях Украины с другими государствами (двусторонние и многосторонние отношения между государствами и организациями).

Полученную после подсчетов структуру характеризует значительная для большинства медиа всего мира нациоцентричность и одновременно большое внимание к Западу (особенно США) и отношениям Украины с иностранными акторами. Чисто украинская повестка дня составила от половины до двух третей целого массива, о связях — около четверти, а, собственно, о международных отношениях — практически пятая часть. В новостных материалах, особенно газетных, материалы о Западе преобладают; одновременно есть большое количество текстов о странах «третьего мира», и намного меньше о соседних государствах. К тому же в новостные выпуски попадают только некоторые из них, прежде всего Россия, Белоруссия, Польша и Грузия. О Словакии, Венгрии, Румынии и Болгарии на протяжении этого периода они не сообщали вообще, а о Турции речь шла несколько раз. Одновременно доля информации о России продолжает оставаться стабильно высокой, что, в контексте Минских соглашений и решений о прекращении огня на Донбассе, актуально и вполне объяснимо<sup>1</sup>. Количество новостных текстов, в которых упоминается Россия, продолжает демонстрировать высокий уровень, поскольку во многих из них речь шла об украино-российских отношениях, поэтому в категорию материалов об иностранных государствах они не вошли. Для большинства СМИ Россия не всегда выступает приоритетом, поэтому представлены только те российские события, которые являются актуальными с точки зрения международных отношений.

Преимущества «своего» над «чужим» и невнимание к «соседнему» ограничиваются несколькими критериями, в которых и проявляется украинская специфика медийного создания идентичностей. Во-первых, в новостях способ представления того или иного государства часто не отвечает важности,

<sup>1</sup> Сегодня на Донбассе не фиксировались нарушения режима прекращения огня, — штаб ООС. — Режим доступа: <https://112.ua/ato/segodnya-ne-fiksirovalos-narusheniy-rezhima-prekrashheniya-ognya-shtab-oos-549546.html> (дата обращения: 11.09.2020).

на которую указывает частота появления или упоминания. Можно сказать, что способ представления отвечает не столько географической близости государства, сколько культурной и политической. Этот тезис подтверждают материалы СМИ, посвященные катастрофам, интересным фактам и событиям, произошедшим в других «дальних» государствах. Что касается России, то в отношении нее большая часть украинских медиа используют такие словосочетания и метафоры, как «рука Кремля», «страна агрессор». Хотя другая часть демонстрирует противоположное отношение (разница особенно просматривается в печатных СМИ, так как некоторые телеканалы стремятся продемонстрировать нейтральность).

Приверженность России проявляется не только в представлении ее отношений с другими, менее близкими Украине государствами, но и с самой Украиной. Особенно это заметно в тех ситуациях, когда нет единой точки зрения внутри украинского политикума, поэтому издания или телеканалы могут продемонстрировать поддержку не России против Украины, а одной украинской позиции против другой. Ярким примером такого дискурса стали материалы украинских СМИ о российском военном вторжении в конфликт между Грузией и Южной Осетией в августе 2008 г., в которых отчетливая апология России стала следствием избегания оценки ее действий в контексте последствий для Украины. Пророссийские общенациональные издания («Сегодня», «Факты и комментарии») достаточно выразительно поддерживали Россию, нейтрально представляя ее военные действия и политические заявления и не упоминая, какое воздействие эти действия оказали на мирное население. В свою очередь, утверждения руководства Грузии данные СМИ ставили под сомнение [5; 6]. Не допуская, что прецедент военного вторжения России в конфликт на территории суверенного государства свидетельствует о потенциальной угрозе для Украины (на этом настаивали критики вторжения, которые призывали активизировать усилия для вступления в НАТО) [6; 7]. Газета «Сегодня» представляла данную проблему с точки зрения воспрепятствования использования расположенного в Крыму Черноморского флота России в военных действиях против других государств. Правомочность действия России автор текста не рассматривал, а Украине предлагал действовать так, чтобы не стать препятствием для России.

Оправдывая такую позицию, главный редактор И. Гужва сообщил, что она отвечает национальным интересам Украины. В публикациях подобного рода Россия выступала «большим братом», ухудшение отношений с которым из-за конфликта с третьей стороной могут ухудшить отношения с самой Украиной. При этом настолько явная поддержка России в этом конфликте не была доминирующей среди украинских СМИ. Популярны газеты и телеканалы стре-

мились обеспечить нейтральность и сбалансированность своих представлений. Большинство медиа называли эти события «грузинско-осетинским конфликтом», несмотря на активную роль в них России, а часть СМИ вообще старались избегать какого-либо обозначения этих сторон, указывая просто на «войну на Кавказе». Упоминание в новостях обозначения «война России с Грузией» встречалось реже, чем «грузинско-южноосетинский конфликт» [8]. В текстах СМИ российских военных называли «миротворцами»: этот статус имели российские подразделения в конфликтных зонах на территории Грузии до начала введения отдельного числа военных и техники. Украинские СМИ трактовали образ России и позицию Кремля как творцов мира, а не войны. Кроме того, относительно Грузии (как и формально относящуюся к ней Южную Осетию и Абхазию) журналисты называли «республикой», а не «страной», «государством», употребляя этот термин в давнем значении административно-территориальной единицы СССР. По мнению Б. Бахтеева, важно было «создать впечатление, будто они являются аномальными субъектами международного права, а их правосубъектность — неполноценна» [9].

Использование источников российского происхождения на русском языке, соответственно, многие исследователи также трактовали не с точки зрения технологической эффективности, а с точки зрения культурной близости России к Украине, ее главную геополитическую роль в мире и, в частности, на постсоветском пространстве. Это способствовало большему использованию русского языка и российской информационной инфраструктуры в сравнении с англоязычной. Можно заключить, что использование российских источников и сведений должно было свидетельствовать об идеологической приемлемости последних.

Еще одним важным фактором создания/поддержания особенного места России в идентичности украинских граждан является постоянное внимание СМИ к российской культуре. Долгое время доминировали материалы о российских селебрити, нежели чем об украинских, при этом часто не указывалась национальная принадлежность российских деятелей. Так, Михаила Ульянова представили как «легендарного актера театра и кино, незабываемого “маршала Жукова” и героя “Ворошиловского стрелка”» [10]. Таким образом, с помощью подобных практик поддерживается представление о принадлежности России к информационному пространству Украины. На телевидении главным фактором создания зависимости/отношения российского к «своему» — то есть украинской идентичности как подчиненной или не противоречащей общей для обеих стран постсоветской/восточнославянской — является использование российских продуктов и тех украинских, которые ориентированы на вкусы российской аудитории. Эта симпатия обусловлена не только идентификаци-

ей российского социально-культурного контекста, но и популярностью, «близостью» для украинской аудитории российских актеров, певцов, юмористов — которая одновременно и создает их постоянное присутствие в сопутствующих культурно-потребительских практиках. Поэтому они не только используют русский язык, утверждая его как язык украинского общества, но и представляют общественные контексты, которые выглядят как российские или неопределенно-восточнославянские. Что касается упоминаний географии и истории, то она рассматривалась в контексте общей с Россией, прежде всего советской, что способствовало усилению советской составляющей созданной в СМИ украинской идентичности. А, как известно, в современной Украине центральное место в созданном историческом нарративе занимает отношение к ее советскому прошлому (отсюда «люстрация» и пр.), ведь с первых лет независимости ее легитимация основывалась на осуждении и критике советского режима.

Таким образом, смысл одних и тех же политических событий или процессов обусловлен множеством контекстов. Происходит искаженная подача смыслов в заранее предусмотренных дискурсом отношении. Исследователь М. Берендеев называет это воздействие «семиотическими инверсиями», под которыми подразумевает процедуру искажения или полного изменения смысла (в том числе его онтологических, аксиологических и когнитивных параметров) с последующим его укоренением в определенной знаковой и культурной системе (включая язык) [11, 97].

\*\*\*

Образ государства ассоциируется с теми ролями, которые выполняются им не только на международной арене в процессе взаимодействия с различными участниками международной политики, но и внутри государства. В ходе данных процессов формируется идентичность государства как национально-территориального и культурного образования. Таким образом, можно зафиксировать, что познание государством самого себя не может протекать без восприятия и анализа всех участников отношений и тех дискурсов, которые существуют в публичном пространстве. Важно также понимать, что любой образ является реконструкцией фрагмента реальности, который передается с помощью языка-рецептора. Любой дискурс зависим, и мы должны устремить свой исследовательский интерес к грамматике, семиотике, локальной семантике, синтаксису, структуре, аргументации и т.д. и попытаться в самом общем плане ответить на вопросы: как «они» говорят о «нас»? как складывается образ «нас» в тексте или речи? Лексическая система языка выступает своеобразным барометром общественных изменений и предпочтений членов языкового коллектива и обусловлена экстралингвистическими факторами, такими как, напри-

мер, активная культурная экспансия США в мировом масштабе или российская (постсоветская) в информационное поле и украинскую идентичность. Как и другие идеологические разногласия в обществе, отношение к разным событиям и образам прошлого является предметом обсуждения в медийных практиках. Некоторые из информационных продуктов могут собирать массовые аудитории и оказывать большое влияние на общественное представление относительно обсуждаемых проблем — особенно, если производство и демонстрация медийных продуктов часто выступает ответом на актуализацию этих проблем благодаря их нарушению в других дискурсах, в особенности в политическом.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Алефиренко Н. В. Проблемы вербализации концепта: Теоретическое исследование / Н. В. Алефиренко. — Волгоград: Перемена, 2003.
2. Klein S. Learning: principles and applications / S. Klein. — Newbury Park, CA: Sage Publications, 2012. — 485 p.
3. Хмельцов А. И. Когда «они» говорят о «нас»: политический дискурс-анализ и семиотика внешней политики в междисциплинарной перспективе / А. И. Хмельцов. — Режим доступа: [http://www.russcomm.ru/rca\\_biblio/h/hmeltsov.shtml](http://www.russcomm.ru/rca_biblio/h/hmeltsov.shtml) (дата обращения: 18.06.2020).

*Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации*

*Дегтярева О. В., кандидат политических наук, доцент  
E-mail: olgaspb2008@mail.ru*

4. Tsirkunova S. Through the prism of metaphor: a case study of the US and UK political discourse on the Ukraine conflict / S. Tsirkunova // Acta Scientiarum. Language and Culture, 2016. — № 38 (4). — P. 405–412. — Режим доступа: <https://www.doi.org/10.4025/actascilangcult.v38i4.29503> (дата обращения: 13.09.2020).

5. Ковальчук И. Кавказская война / И. Ковальчук // Сегодня. — 2008. — 9 авг. — С. 2.

6. Лиховій Д. Росія, яку я ненавиджу / Д. Лиховій // УМ. — 2008. — 12 авг. — С. 3.

7. Сандул Ю. Росія демонструє, що терени колишнього СРСР — це її «внутрішній двір» / Ю. Сандул. — ГПУ. — 2008. — 12 авг. — С. 9.

8. Негайно припинити вогонь і сісти за стіл переговорів пропонує Дмитру Медведєву Міхал Саакашвілі. — Новини, Перший. — 09.08.2008

9. Бахтєєв Б. «Новинки про війнушку» / Б. Бахтєєв // Телекритика. — 2008. — 15 авг.

10. Куницкая Р. Уже год, как не стало «Маршала Жукова» / Р. Куницкая // Сегодня. — 2008. — 25 марта. — С. 25.

11. Берендеев М. В. Семиотические инверсии в формировании политического образа в медиадискурсе (на примере образа России в СМИ Германии) / М. В. Берендеев // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Гуманитарные и общественные науки. — 2017. — № 3. — С. 94–102.

*North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration*

*Degtyareva O. V., Candidate of Political Sciences, Associate Professor  
E-mail: olgaspb2008@mail.ru*