

А. Ю. СУВОРОВА

аспирант

*Институт государственной службы и управления Российской академии
народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ,
Россия, Москва
al.suvorova@bk.ru*

ОБРАЗ РОССИИ В НОВЫХ МЕДИА СЕВЕРОАМЕРИКАНСКОГО РЕГИОНА

Аннотация. В данной статье рассмотрены особенности образа России в новых медиа США в контексте современных политических процессов. Проанализированы приемы и принципы построения текста с целью эффективного воздействия на аудиторию.

Ключевые слова: новые медиа, медиакратия, медиатизация, политическая коммуникация, Интернет-технологии.

Современное общество нередко называют обществом медиакратическим, ученые в своих работах все чаще оперируют понятиями «медиакратия», «медиапредставительная система власти», «медиатизация». На сегодня роль средств массовой информации возросла настолько, что реальные действия и события становятся значимыми лишь в том случае, когда они представлены в масс-медиа. Особую роль в политических процессах на данный момент играют новые медиа, в частности – интернет-СМИ и онлайн-представительства средств массовой информации, считающихся на сегодня уже традиционными (печатные издания, радио, телевидение). Особое значение Интернета в политической коммуникации связано с множеством факторов, из которых ключевыми выступают переход традиционных средств массовой информации на онлайн-платформы, а также свойства Сети, обуславливающие высокую скорость и значительные масштабы распространения информации. Новые медиа оказывают значительное влияние на формируемую повестку дня и на общественное мнение, обходя преграды, непреодолимые или вызывающие затруднения, например, для традиционных СМИ.

СМИ оказывает большое влияние на формирование имиджа страны в глазах общества. Особенно остро стоит проблема формирования представления о стране в зарубежных СМИ, так как именно от восприятия данного образа зависит успешность внешней политики. Особенно актуальна данная тема для России в наши дни: Российскую Федерацию можно назвать молодым государством, чей самостоятельный образ вне исторического контекста (как преемницы СССР или Российской империи) только начинает формироваться. Положение ухудшают происходящие политические события, во многом так или иначе оказывающие негативное влияние на имидж России как игрока ми-

ровой политической арены. Для анализа в данной работе были выбраны средства массовой информации США (The Wall Street Journal, Time) и Канады (The Globe And Mail, Global Research).

Новые медиа США (интернет-СМИ и онлайн-представительства традиционных СМИ) – одни из наиболее агрессивно настроенных по отношению к России изданий. Важно понимать, что США является относительно независимым от России государством (географическое положение и экономическое сотрудничество в гораздо более значительной степени сказываются на европейских странах, что также отражается на формируемом образе России в странах ЕС), а потому потенциал использования приемов пропаганды здесь наиболее велик.

Образ США как государства-героя наиболее ярок, это страна, нашедшая в себе мужество бороться со злыми силами, находящимися в других странах. В материалах дается следующая установка: США борются с государством-агрессором, опасным для остального мира: «Нападение России на Украину угрожает не только существованию одного из свободных и независимых государств, но и миру в Европе. Однако мало кто говорит о том, что вторжение – а это именно оно, даже если этого слова боятся президент Обама и европейцы – значит для украинцев, которые живут на территориях, оккупированных войсками Владимира Путина» [7] (прим.: здесь и далее – перевод автора). В образе США как страны-героя делается явный акцент на милитаристскую самоуверенность государства, в свою очередь Россия показана как слабый игрок на политической арене: «Российской экономике не по карману новая экономическая война» [7], «Россия сейчас – мальчик для битья мировой экономики» [1]. Новым информационным поводом в контексте формирования образа противостояния государства-героя США и государства-антагониста России стал сирийский конфликт. Так, Соединенные Штаты со страниц онлайн-изданий регулярно обвиняют Россию в «варварстве» и военных преступлениях в Сирии, а также уличают в действиях, ведущих к усилению гуманитарного кризиса в «горячих точках».

В материалах американских СМИ четко прослеживаются принципы убеждения аудитории на фоне селективной невнимательности. Также американские СМИ сформировали себе имидж «особой осведомленности» через принцип обеспечения доверия к источнику информации. В основном это проявляется в освещении информационной политики России, в частности – попытки ограничения доступа на часть контента в социальных сетях.

Одним из наиболее популярных приемов внушения у американских журналистов можно считать «приклеивание ярлыков». Центральной фигурой данного приема стал политический лидер России Владимир Путин («новый царь России», «скусающий по временам империализма»), на основе его образа формируется имидж страны, как «Империи страха» [6] и территории «Путинского культа страха и смерти» [2]. Наравне с «приклеиванием ярлы-

ков» используется прием устрашения: «Россия наращивает силы у границ Украины, в Донецке и Луганске. Это значит, что скоро участь востока Украины может грозить и землям, лежащим западнее» [5].

«Приклеиванием ярлыков» пользуются и журналисты канадского издания *The Globe And Mail*, называющие Владимира Путина «царем» и «империалистом», а Россию – «громоздкой», «размашистой» страной. Как и их американские коллеги, сотрудники канадского издания нередко акцентируют внимание на теме свободы слова в России: «Much of what passes for the news on the television here is outright propaganda – independent media outlets having been marginalized or taken over by the state more than a decade ago» [«Многое из того, что транслируется на телевидении в новостях, является откровенной пропагандой – независимые средства массовой информации оттеснены либо взято под госконтроль более десяти лет назад»] [4]. Происходящее журналисты называют «битвой между холодильником и телевизором»: телевизор игнорирует серьезные экономические проблемы и обвиняет во всех бедах внешних врагов государства, он убеждает граждан, что Россия становится сильнее и ей есть, чем гордиться; между тем, холодильники пустеют – и это серьезный аргумент реальности против иллюзий телевизионной пропаганды ([Russia's economists and political scientists talk of a battle between “the television set and the fridge.” The TV <...> has been successful in convincing Russians that their country is getting stronger and that they should therefore be proud of their government. Their increasingly bare fridges tell a different story]) [4].

Диаметрально противоположную точку зрения представляет канадское издание «*Global Research*», занимающее активную пророссийскую позицию. Издание настаивает на том, что угрозу представляют именно США, обвинения же в сторону России беспочвенны: «За всю мировую историю еще ни одно государство не представляло такой угрозы существованию человечества, как Америка. Бушуют бесконечные войны. Против вымышленных противников. Новые войны начинаются с опасным постоянством. Мир стал чистой фантазией» [Never in world history has one nation threatened humanity's survival like America. Wars without end rage. Against invented enemies. New ones follow with disturbing regularity. Peace is pure fantasy] [3]. В одном из материалов цитируют слова эксперта Стивена Коэна, считающего, что впервые за время его жизни война с Россией может стать реальностью, и возлагающего вину за это на руководство США. По его мнению, сложившаяся ситуация может стать роковым переломным моментом в мировой истории ([For the first time in my long life (I began in this field in the 1960s), I think the possibility of war with Russia is real,” and he clearly and unequivocally places all of the blame for it on the U.S. leadership. He calls this «possibly a fateful turning-point in history»]) [8]. Также отмечается, что действия Президента РФ Владимира Путина носят скорее реакционный, нежели агрессивный характер ([Since November of

2013, Putin has been not aggressive, but reactive, at every stage] [8]). Такая позиция целиком отражает информационную политику Global Research: его политико-экономическая точка зрения является строго антикапиталистической, антиимпериалистической, антимилитаристской, «интернационалистической, но антиглобалистской». Во время украинского кризиса 2014 года издание заняло «антиглобалистскую» позицию против Запада, начав активное проведение пророссийской пропаганды по принципу «враг моего врага». Таким образом, Global Research использует те же приемы психологического воздействия, но направляет их на своего «соседа» – США.

Таким образом, имидж России зачастую становится предметом целенаправленной дискредитации в зарубежных масс-медиа. В американских СМИ можно наблюдать формирование безусловно-отрицательного образа России, материалы с положительной характеристикой России носят исключительно условно-статичный характер. Издания активно используют различные приемы психологического воздействия. Подавляющее большинство материалов затрагивали динамичную и ожидаемую составляющую имиджа России, которым придавали преимущественно негативный или нейтральный оттенок, в то время как редко освещаемая статичная и условно-статичная составляющая оценивались зарубежными корреспондентами положительно. Столь же негативный образ России выстраивается в СМИ Канады: исключение составляет канадское издание Global Research, известное, впрочем, своей скандальностью и оппозиционностью общественному мировому мнению.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Albanese C.* Here's One Small Glimmer of Hope for Russia's Corporate Debt Problem / C. Albanese. – URL: <http://blogs.wsj.com/moneybeat/2014/12/15/russias-debt-problem-may-not-be-as-bad-as-it-seems/> (дата обращения: 15.09.2016).
2. *Kasparov G.* Putin's Culture of Fear and Death / G. Kasparov. – URL: <http://www.wsj.com/articles/garry-kasparov-putins-culture-of-fear-and-death-1425249677> (дата обращения: 17.09.2016).
3. *Lunatics Run the Washington Asylum.* – URL: <http://www.globalresearch.ca/lunatics-run-the-washington-asylum/5426735> (дата обращения: 21.09.2016).
4. *Mackinnon M.* The world is Vladimir Putin's stage, but cracks appear on the Russian President's homefront / Mackinnon M. – URL: <http://www.theglobeandmail.com/news/world/the-world-is-vladimir-putins-stage-but-cracks-appear-on-the-russian-presidents-homefront/article29044963/> (дата обращения: 24.09.2016).
5. *Schuman M.* Russia's Lackluster Economy Means Putin Simply Can't Afford a New Cold War / M. Schuman. – URL: <http://time.com/3596744/russia->

economy-ukraine-sanctions-putin-geopolitical-ambition-foreign-policy/ (дата обращения: 25.09.2016).

6. Shuster S. Russia's Empire of Fear. – URL: <http://time.com/3741854/empire-of-fear/> (дата обращения: 25.09.2016).

7. The Putin Body Count. – URL: <http://www.wsj.com/articles/the-putin-body-count-1416528331#livefyre-comment> (дата обращения: 27.09.2016).

8. Zuesse E. The U.S. versus Russia: Even Scholar Stephen Cohen Is Starting to Speak the Truth / E. Zuesse. – URL: <http://www.globalresearch.ca/the-u-s-versus-russia-even-scholar-stephen-cohen-is-starting-to-speak-the-truth/5438984> (дата обращения: 28.09.2016).

С. А. ШОМОВА

*доктор политических наук, профессор
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
Россия, Москва*

ПОЛИТИЧЕСКИЙ СТОРИТЕЛЛИНГ В ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. Сторителлинг относится к числу тех медийных феноменов, которые активно обсуждают в последние годы специалисты в области различных коммуникативных систем. Сторителлинг востребован сегодня в самых разных областях человеческого взаимодействия: корпоративных коммуникациях и управлении персоналом, брендинге, психологическом консультировании и иных сферах деятельности. Весьма важную роль играет сторителлинг и в современной политической коммуникации, хотя специальных исследований в этой области на сегодняшний день крайне мало. При этом, хотя сторителлинг наиболее активно используется и изучается в вербальных технологиях создания медиаобраза, все большую роль он начинает играть и в визуальной политической коммуникации. Основные разновидности и приемы такого сторителлинга и рассматриваются в докладе.

Ключевые слова: сторителлинг, политическая коммуникация, визуальная коммуникация.

Сторителлинг относится к числу тех медийных феноменов, которые активно обсуждают в последние годы специалисты в области различных коммуникативных систем. В мире, насыщенном информацией, внимание аудитории стало дефицитом; яркая история же была и остается инструментом не