

*М. В. Берендеев*

**СЕМИОТИЧЕСКИЕ ИНВЕРСИИ В ФОРМИРОВАНИИ  
ПОЛИТИЧЕСКОГО ОБРАЗА В МЕДИАДИСКУРСЕ  
(на примере образа России в СМИ Германии)**

94

*Рассматривается процесс формирования политического образа России в общественно-политических средствах массовой информации через семиотические инверсии. Утверждается, что в современном медиадискурсе политические образы конструируются исходя из предустановленных «правил игры», которые нередко фокусируют сознание массового потребителя на ложных моделях действительности.*

*The article describes the process of forming the political image of Russia in socio-political media through semiotic inversions. It is claimed that in the modern media discourse, the political image is based on the pre-established 'rules of the game'. The author holds that historical facts are often replaced by false models of reality in the modern mass media discourse.*

**Ключевые слова:** образ России, дискурс, дискурс-конструкции, медиа, методология дискурса, инверсии, семиотика.

**Key words:** image of Russia, discourse, discourse constructions, media, discourse methodology, inversion, semiotics.

Проблема политического образа государства в современной политической науке — одна из набирающих исследовательскую популярность. Разрабатываемая на стыке социологии, политической имиджологии, теорий политического дискурса и кросскультурных различий, тема образа государства приобрела различные толкования и аспекты. Вместе с тем образ как категория, все чаще применяемая к анализу политических объектов, к настоящему времени остается методологически спорной и несколько «темной», так как авторы, пытающиеся придать этой категории некое концептуальное значение, вкладывают в нее совершенно различные смыслы. И это порождает значительные трудности уже с того момента, когда мы начинаем отвечать на вопрос: что есть образ?

Возможно, необходимо сделать допущение, что образ не является объектом социального конструирования, а наоборот: он сам по себе рождается вследствие деконструкции и даже разрушения привычных смыслов, знаковых конструкций и семантического и семиотического поля, в котором существует реальный объект.

Вместе с тем образ конкретного государства приобретает статус одного из основных ресурсов, предопределяющих его перспективы: политические, рыночные и даже цивилизационные.

От восприятия страны мировым сообществом зависит ее место и значимость в системе международных отношений, возможности в ре-



шениях конкурентных задач, экономическая привлекательность, расширение возможностей для делового сотрудничества и т.д. Внешнеполитический имидж государства оказывает влияние и на внутренние политические процессы. При этом образ государства — очень трансформативная модель. Даже в рамках короткого социального периода времени образ подвержен глобальным трансформациям, зависимости от социальных событий и их публичных интерпретаций. Устойчивые компоненты образа также могут быть подвергнуты существенным изменениям — в зависимости от того, какие дискурсы и связанные с ними социальные явления мы закладываем в ядро образа. В этом смысле исследование формирования образа России за рубежом в ситуации разногласий между Западом и Российской Федерацией по ключевым вопросам международной политики, конфликта на Украине, Крымской весны, сирийской кампании и появления различных медиадискурсов, связанных с реальным и фейковым содержанием, не только представляет собой группу проблем политической социологии, но и дает возможность использования новых методологических подходов к пониманию процедур и инструментов формирования образа.

Еще в 2008 г. акцент во внешней политике (в том числе в нормативном документе «Концепция внешней политики Российской Федерации») был ориентирован на снижение нагрузки на внешнеполитический образ страны: «на передний план выдвигается задача формирования за рубежом позитивного восприятия России, дружественного отношения к ней» [2]. Вместе с тем события 2008 г. в Грузии и начиная с 2014 г. на Украине, а затем в Сирии определили новые рамки позиционирования России на международной арене и формирования ее качественно нового образа в различных политических и медийных дискурсах — как внутренних, так и внешних.

В политической науке, в частности в наиболее часто используемой методологической посылке конструктивизма, сложилось устойчивое понимание, что «образ государства (страны) определяется как сравнительно стабильные ожидания актора относительно себя и своих действий» [5]. Образ государства ассоциируется с теми ролями, которые им выполняются на международной арене в процессе взаимодействия с различными участниками международной политики. В ходе данного процесса формируется идентичность государства как политического института, а впоследствии и страны как национально-территориального образования. Таким образом, в политической науке эпистемологически можно зафиксировать, что познание государством самого себя не может протекать без восприятия и анализа иных участников международных отношений и тех дискурсов, которые существуют в публичном пространстве этих участников. Нужно также понимать, что любой образ есть определенная реконструкция лишь фрагмента реальности и, по утверждению Г. Люббе, «образ есть авторский взгляд на мир (a word picture), подчеркивает одни черты реальности и скрывает другие» [1, с. 149].

Образ государства является результатом процессов познания и социального конструирования [6], выражающих представление познаю-



щего субъекта об идентичности, статусе и роли страны, которые не обязательно совпадают с ее объективными характеристиками в этих названных сферах позиционирования.

Современные дискурсологические исследования утверждают, что образ есть «знаковая модель, опосредующая представления о национально-государственной общности и ее членах через доступные обыденному сознанию понятия и суждения» [7, с. 9]. Но 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? [3].

Несколько очевиднее становится следующий вывод: там, где дискурс сильнее, там идет устойчивое, иногда стереотипное, формирование представлений о международных акторах, а сильный дискурс складывается там, где есть сильная массовая коммуникация, широкая аудитория и механизмы воздействия на пабликсы (общественные пространства со скоплением лидеров общественного мнения). Такие ресурсы имеют средства массовой информации; и сегодня используются как традиционные площадки, так и площадки новых медиа: *social networking services (SNS)* — социальные средства коммуникации, позволяющие ее участникам создавать содержание в процессе обмена им. Медиа, в том числе и SNS, сегодня играют роль не просто дискурстрасляторов, но и активных агентов, конструирующих международное содержание образов государств и доносящих их до аудитории.

Оценки в отношении политических фактов и акторов, транслируемые определенной категорией СМИ, куда входит качественная пресса, оказывают существенное влияние на формирование позиций лидеров мнений, а значит, и устойчивых восприятий образов действующих акторов на международном пространстве.

Еще в 70-х гг. XX в. английский социолог культуры и массовых коммуникаций С. Холл [4] выдвинул идею о том, что любое событие, выраженное в языке и доведенное до слушателя или читателя, фактически представляет собой систему кодов, декодируемых в процессе восприятия информации теми кодами, которыми располагает получатель. Он может использовать «навязанный вариант», когда «работает» заложенный в тексте код. Часто получатель информации может частично разделять или вообще не разделять код послания, «сопротивляется» ему во избежание изменения собственной позиции. Несмотря на критическую оценку концепции С. Холла в лингвистических исследованиях, на развитие семиотической теории в смежных областях он оказал ключевое влияние. Это признается даже с учетом того, что коммуникации между агентами строятся с помощью различных понятийных рядов и в разных знаковых системах, из чего следует, что не всегда одна и та же совокупность фактов по одному и тому же событию ведет нас к одинаковым выводам. Особенно часто данная ситуация прослеживается, когда любое событие, попадая в медиа, испытывает инверсию как в процессе дискурса, так и с точки зрения представления его потребителю информации.



Понятие «инверсия» в современной научной литературе имеет множество значений. Однако практически все из них восходят к латинскому слову *inversio*, означающему переворачивание или перестановку. Так же трактуется инверсия и в логике, представляя собой унарную операцию над суждениями, результатом которой является суждение, противоположное исходному. Таким образом, инверсия в политических дискурсах представляет собой не что иное, как искажение или переворачивание смысла события, текста, истории или реальности в соответствии с контекстуальной рамкой конкретного дискурса.

Если следовать методологической рамке постструктурализма по отношению к тексту и к любому событию социального мира, которое предстает впоследствии как текст, то любой исторический факт есть нагруженная определенными значениями дискурсивная конструкция. И если мы возьмем, к примеру, учебники по истории разных стран и народов, написанные в разные исторические эпохи, но посвященные одним и тем же событиям, то сами события окажутся обусловленными контекстуальными рамками дискурса: политического, идеологического, социального, нормативного и другого, преобладающего в конкретный период времени.

Таким образом, смысл одних и тех же событий или процессов будет обусловлен множеством контекстов — происходит оперирование смыслами понятий в заранее предустановленных дискурсом «правилах игры». Под *семиотическими инверсиями* мы будем понимать 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).

*Семиотические инверсии* можно разделить на несколько типов. Это может быть простая процедура по созданию ложных суждений и убеждений в контексте конкретных политических дискурсов с целью дискредитации политического соперника или формирования альтернативных версий истории с помощью новых контекстов. В то же время *семиотическая инверсия* может представлять собой и более объемную процедуру по формированию альтернативных или даже ложных моделей мира, которые структурируются в качестве системы знаков с приданием этим знакам определенных достроенных или перевернутых значений.

Вместе с тем образ России никогда не был строго континентально выраженным, наоборот: к примеру, на европейском континенте он до сих пор остается вариативным, однако существуют достаточно значительные «очаги», где образ нашей страны и ее политический имидж сильно влияют на международные конфигурации и сотрудничество, особенно на современном этапе политики санкций и контрсанкций с Европейским союзом.

Особенно значимым и приоритетным на настоящий момент является исследование политического имиджа РФ в Европейском союзе, в частности в Федеративной Республике Германии, которая занимает



сегодня лидирующие позиции в ЕС и от общественных и политических настроений которой зависит достаточно многое в международных отношениях в целом и отношения Евросоюза к Российской Федерации.

Из-за устойчивого интереса немцев к России и в связи с традиционно тесными взаимоотношениями между двумя странами общественно-политическая пресса ФРГ уделяет РФ больше внимания, чем периодическая печать других государств. Поэтому изучение политического образа России, сложившегося в Германии, процесса его формирования и трансформации представляет интерес как теоретический, так и практический. Это обусловило выбор для нашего эмпирического исследования немецкого кейса.

98

В качестве источников исследования использовались публикации в достаточно авторитетных изданиях немецкой периодической печати. Анализировались материалы, посвященные России и вышедшие с марта 2014 г. (события в Крыму) по август 2017 г. на страницах самых популярных общественно-политических ежедневных и еженедельных газет *Süddeutsche Zeitung* («Зюддойче цайтунг») и *Die Zeit* («Ди цайт») и журналов *Der Spiegel* («Шпигель») и *Stern* («Штерн»), *Focus* («Фокус»). Определили выбор изданий их положение на рынке СМИ и политические взгляды, представляющие противоположные стороны политического спектра ФРГ (см. табл.). Выборка за полных 42 месяца составила 326 публикаций.

#### Ведущие общественно-политические издания Германии по тиражу и охвату аудитории<sup>1</sup>

Издание	Тираж, млн экз.	Охват аудитории, млн чел.
<i>Süddeutsche Zeitung</i>	0,366	1,5
<i>Die Zeit</i>	0,504	2,3
<i>Der Spiegel</i>	0,771	6,2
<i>Stern</i>	0,704	7,6
<i>Focus</i>	0,477	5,9

В рассматриваемый нами период было выявлено, что по отношению к образу России использовалось как минимум восемь крупных семиотических инверсий, пять из которых относятся к политическому дискурсу вокруг международного положения РФ и две касаются дискурса внутриполитической и внутриэкономической ситуации в стране. На протяжении всего периода изучения внутриполитическая составляющая обладает существенно меньшим удельным весом в структуре политического образа России.

Анализируя конструирование образа Российской Федерации через инверсии, необходимо отметить, что практически все издания формировали негативный фон вокруг страны, используя в языке соответствующие категории. Наиболее часто упоминалось десять проанализиро-

<sup>1</sup> Составлен по материалам официального сайта Агентства по измерению аудитории СМИ (<http://www.ma-reichweiten.de>) и официального сайта исследований печатных СМИ Германии (<http://www.pz-online.de>).



ванных категорий: «конфликт», «враг/недруг», «агрессия (агрессор)», «аннексия (оккупация)», «война», «авторитаризм (диктатура)», «изоляция», «кризис», «санкции» (см. рис.). При этом категорий с позитивным содержанием – «диалог», «партнер», «безопасность», «стабильность», «сотрудничество», «компромисс» – в процентном соотношении почти в 12 раз меньше, чем негативных.

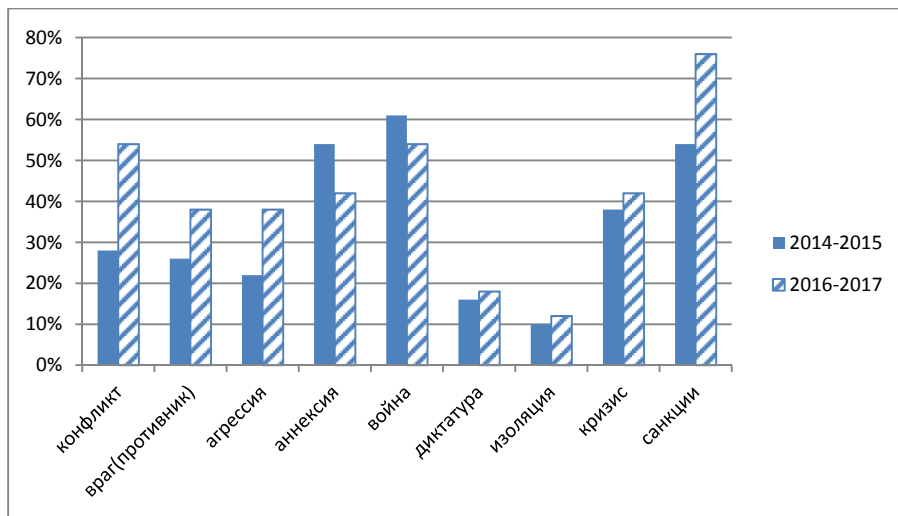


Рис. Распределение наиболее распространенных категорий по годам

В конструировании образа России заложены следующие послылки, направленные на построение инверсивных дискурсов:

инверсия 1: Россия является врагом Европейского союза [10];

инверсия 2: Россия желает завоевать страны Балтии [9];

инверсия 3: Россия способствует закату Европы, дестабилизируя ее миграционную политику [13];

инверсия 4: Россия проводит антисемитскую политику [8];

инверсия 5: Россия – экономически слабый игрок, а в политическом плане совершенно непривлекательна, что не позволяет ей добиться авторитета на международном уровне [11];

инверсия 6: Россия готовит плацдармы для ударов по европейским странам [12];

инверсия 7: Россия ведет психологическую войну против Запада и Германии [14].

Например, в статье «Русские стремятся проникнуть в Бундестаг» [14] приводятся несколько суждений немецких экспертов: «Русские – большие мастера организации так называемых психологических операций. Их целями являются Украина, страны Балтии и вся Западная Европа, то есть, в частности, Германия. При этом русские задействуют весь спектр СМИ, в том числе социальные сети»; «Кремль использует любую возможность для дискредитации Германии. При этом речь идет о дезинформации, инфильтрации, оказании влияния, пропаганде и



попытках деморализации». Однако никаких данных или аргументов, подкрепляющих высказывания экспертов, в статье нет. Также иногда используются образы холодной войны.

Нужно отметить, что образы холодной войны, железного занавеса, ядерного противостояния в анализируемых СМИ достаточно популярны. Они способствуют созданию у массового потребителя ложных суждений и убеждений в том, что именно Россия выступает источником напряжения в Европе и ближнем и дальнем зарубежье. Очень часто языковые образы подкреплены визуальными (российские ядерные боеголовки, устрашающая пасть медведя, марширующие российские войска и т.д.). Инсталлированные в текст подобные изобразительные материалы практически всегда мало связаны с самим текстом и служат лишь для усиления чувства страха у читателя перед тем, о чем повествует та или иная статья.

Иногда само повествование только косвенно связано с реальным положением вещей (фиксируемыми фактами); скорее, текст скован определенными «правилами игры», что происходит, например, в процессе любого внешнеполитического дискурса, когда преследуются интересы сторон, вокруг чего конструируется социально одобряемая знаковая система, усиленная реальным социально одобряемым и разделяемым действием. В такой системе либо связи между знаками и значениями полностью разрушаются и замещаются новыми (что уже само по себе есть инверсия), либо внимание фокусируется на создании и моделировании с последующим инсталлированием в сознание такой модели мира, которая бы исключала любую возможность возвращения к прежней, основанной на реальных исторических фактах или событиях, даже если они подтверждены документально.

К примеру, в анализируемых публикациях 2016–2017 гг. Россия очень часто называется или ассоциируется с империей, а в публикациях 2014–2015 гг. отсылки к имперскому прошлому России фактически отсутствуют. В отдельных случаях прямо формируется образ России как врага или противника ЕС, при этом очень часто в качестве основных аргументов выступают отношения между Западом и СССР времен холодной войны.

Поскольку в современном медиасоциуме интерпретация события замещает сам факт (обращение к первоисточнику), а интерпретация интерпретации выступает реальным контентом любого дискурса, то инверсионные процессы в мире знаков и значений начинают определять реальные действия или целые социальные практики: например, косвенное одобрение политики насильственной декоммунизации в Прибалтике (запрета советской символики) под нередко фигурирующей посылкой о якобы возможной аннексии одного из прибалтийских государств. При этом анализируемые материалы немецких СМИ 2014–2016 гг. в большинстве случаев направлены на формирование отрицательного восприятия российского государства, его политических деятелей, граждан страны и всех сторон ее жизни, с воспроизводством отрицательных стереотипов, которые были созданы в прошлые века и, как



казалось, забыты после холодной войны. Публикации 2017 г. имеют более сглаженную риторику, но тематика заголовков и публикаций продолжает оставаться такой же, как в предыдущие годы. Отсутствие новых знаний о России провоцирует культивирование и эксплуатацию устаревших советских и имперских образов.

Большинство данных публикаций основано на критичном восприятии России в связи с проводимой ею политикой в отношении бывших советских республик, причем новостные и аналитические материалы на данную тему подкреплены интервью с представителями правящей политической элиты на постсоветском пространстве; к примеру, очень часто в качестве аргумента приводятся интервью руководителей стран Балтии, Украины, Грузии, Польши [9].

В конструировании политического образа России в ФРГ значительна роль иррациональных элементов. Центральным политическим мифом является миф о присущей российской власти склонности к «имперским амбициям» и «великодержавным традициям».

Вместе с тем проблема семиотических инверсий в политических дискурсах медиапространства сегодня изучена мало, как и теория политических образов. Однако анализ различных дискурсов в медиа подтверждает то, что категория «образ», сама по себе символически нагруженная, репрезентует интерконтекстуальные композиции, поэтому трудность ее применения для анализа конкретного объекта состоит в необходимости исследования тематических, типологических и структурных связей, возникающих в ходе конструирования образа.

Образ все еще видится лишь продуктом-конструкцией и всецело принадлежит той символической реальности и тем интерконтекстуальным связям, в которых он был порожден, поэтому образ отделяем от объекта реальности и не составляет с ним тождества. Тем самым вполне объяснимо, почему один и тот же объект может иметь различные образы в разных символических реальностях, и если предположить, что любой образ — это продукт, полученный в результате перевода некоторого множества реальных объектов действительности в символическую реальность, то само содержание образа будет зависеть от того, какие связи мы установим между символами, подлежащими интерпретации.

#### Список литературы

1. Люббе Г. Историческая идентичность // Вопросы философии. 1994. №4. С. 108–113.
2. Концепция внешней политики Российской Федерации (с изм. от 12.07.2008). URL: <http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=27822> (дата обращения: 17.06.2017).
3. Хмельцов А.И. Когда «они» говорят о «нас»: политический дискурс-анализ и семиотика внешней политики в междисциплинарной перспективе. URL: [http://www.russcomm.ru/rca\\_biblio/h/hmeltsov.shtml](http://www.russcomm.ru/rca_biblio/h/hmeltsov.shtml) (дата обращения: 18.06.2017).
4. Hall S. Encoding and Decoding in the Television Discourse, 1973. URL: <http://www.birmingham.ac.uk/Documents/college-artslaw/history/cccs/stencilled-occasional-papers/1to8and11to24and38to48/SOP07.pdf> (дата обращения: 18.06.2017).





5. Киселев И. Ю. Проблема образа государства в международных отношениях: конструктивистская парадигма. URL: <http://www.politex.info/content/view/367/30/> (дата обращения: 18.06.2017).

6. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. URL: [http://www.i-u.ru/biblio/archive/berger\\_reality\\_social\\_construction/8.aspx](http://www.i-u.ru/biblio/archive/berger_reality_social_construction/8.aspx) (дата обращения: 18.06.2017).

7. Семененко И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис. 2008. №5. С. 9.

8. Neef C. Wie Russland das Abendland untergehen last // Der Spiegel. 22.01.2016. URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/russland-putin-gibt-sich-als-retter-des-abendlandes-a-1073110.html> (дата обращения: 21.06.2017).

9. Matern T. Angst vor Russlands «grünen Männchen» // Süddeutsche Zeitung. 12.08. 2017. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/militaermanoever-angst-vor-russlands-gruenen-maennchen-1.3623592> (дата обращения: 21.06.2017).

10. Hebel C. Putin bei Orbán in Budapest. Treffen zweier EU-Feinde // Der Spiegel. 28.08.2017. URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/wladimir-putin-besucht-viktor-orban-in-budapest-treffen-sich-zwei-eu-feinde-a-1164837.html> (дата обращения: 21.06.2017).

11. Hans J. Russland kann sich einen Rüstungswetlauf nicht leisten // Süddeutsche Zeitung. 24.02.2017. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/nuklearwaffen-russland-kann-sich-einen-ruistungswetlauf-nicht-leisten-1.3394328> (дата обращения: 21.06.2017).

12. Kramper G. Superschnelle Raketen: Was will Putin mit den Geschossen in Kaliningrad? // Stern. 12.10.2016. URL: <http://www.stern.de/digital/technik/russland-stationiert-iskander-raketen-in-kaliningrad-7098506.html> (дата обращения: 21.06.2017).

13. Willner A. Lenkt Putin Flüchtlinge nach Europa? // Focus. 02.06.2016. URL: [http://www.focus.de/politik/ausland/auffaelliger-anstieg-das-ist-dran-an-der-these-dass-putin-gezielt-fluechtlinge-schickt\\_id\\_5582433.html](http://www.focus.de/politik/ausland/auffaelliger-anstieg-das-ist-dran-an-der-these-dass-putin-gezielt-fluechtlinge-schickt_id_5582433.html) (дата обращения: 21.06.2017).

14. Russen versuchen den Bundestag zu infiltrieren // Focus. 15.04.2016. URL: [http://www.focus.de/politik/deutschland/geheimdienstexperten-im-focus-groesster-keil-seit-zweiten-weltkrieg-russen-versuchen-den-deutschen-bundestag-zu-infiltrieren\\_id\\_5439264.html](http://www.focus.de/politik/deutschland/geheimdienstexperten-im-focus-groesster-keil-seit-zweiten-weltkrieg-russen-versuchen-den-deutschen-bundestag-zu-infiltrieren_id_5439264.html) (дата обращения: 21.06.2017).

### Об авторе

Михаил Владимирович Берендеев — канд. социол. наук, доц., Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Россия.

E-mail: MBerendeev@kantiana.ru

### The author

Dr. Mikhail V. Berendeev, Associate Professor, Immanuel Kant Baltic Federal University, Russia.

E-mail: MBerendeev@kantiana.ru