

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Ивановский государственный университет»

На правах рукописи



ШАМΠΑРОВА Светлана Игоревна

**ОБРАЗ РОССИИ В АМЕРИКАНСКОМ МЕДИА ДИСКУРСЕ
(ВТОРАЯ ПОЛОВИНА XX – НАЧАЛО XXI ВЕКА)**

Специальность 24.00.01 – Теория и история культуры

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени

кандидата культурологии

Научный руководитель:
доктор культурологии, доцент
Набилкина Лариса Николаевна

Иваново – 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ В АМЕРИКАНСКОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ	14
1.1 Исследование парадигмы «образ – image – имидж» в культурологическом контексте	14
1.2 Тема «новой» России в исследованиях отечественных и зарубежных авторов	29
1.3 Образ России в контексте изучения парадигмы «свой – чужой»	41
ГЛАВА II. ИМАГОЛОГИЧЕСКИЙ ОБРАЗ РОССИИ В МЕДИА ПРОСТРАНСТВЕ	48
2.1 Влияние исторических, политических и культурных стереотипов на формирование образа России	48
2.2 Понятие медиа образа и Россия в американских СМИ.....	62
2.3 Репрезентация образа лидера в медийном дискурсе США	84
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	107
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	112

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы научного исследования. За несколько веков истории Россия и США пережили различные этапы отношений: кооперация, соперничество, «холодная» война, «оттепель», вмешательство и невмешательство.

Современная мировая действительность – социальная и политическая – динамично меняется, но по-прежнему предметом пристального внимания являются геополитические процессы, связанные с Россией. Современный век – век информационных войн, и это не может не находить своего отражения в различных СМИ. В результате чего, благодаря медийному пространству, в сознании общественности формируется положительный или отрицательный образ России.

Так как информационные войны находят постоянную подпитку во всех новых мировых конфликтах, образ той или иной страны, участвующей в нем, постоянно дополняется. Например, недавние сирийские и грузино-осетинские конфликты вновь дополнили образ России новыми характеристиками.

Проблема информационных войн интересует различные науки, такие как политология, социология, журналистика, история. Но данный феномен репрезентирует реалии той или иной культуры, поэтому задача культурологии в данном вопросе состоит в том, чтобы изучить механизмы и источники создания того или иного образа другой страны. Формирование положительного отношения к чужой культуре является существенным фактором межкультурного общения. Целью диалога культур принято считать взаимодействие, а впоследствии и взаимообогащение культур путем знакомства с ценностями и реалиями другого народа.

Однако подобное расширение нравственного, морального и эмоционального кругозора является важным не только во избежании конфликта с представителями других культур. Несомненно, разумное заимствование «чужого» в комбинации с устоявшимися традициями народа служит основой формирования толерантной личности. Без познания «чужого» невозможно познание «своего». Глобализация в

современном мире приводит к потере национальной и культурной самоидентификации. Это выражается в потере ценностей, традиций, идеалов и в крайней степени неспособности индивида соотнести себя с какой-либо культурой, страной, языком. Тем не менее, постижение своего собственного «Я» и формирование персональной идентичности является основой внутреннего единства личности. Такая духовная целостность способна справляться так же и с внутренними конфликтами, отражающими конфликты, возникающие на стыке разных культур.

Так же исследование направленно на изучение темы познания и концептуализации мира и отдельных его фрагментов. В данном случае это выражается в прослеживании восприятия России и русских представителями других культур и носителями другого языка – английского.

Степень разработанности проблемы. Основными понятиями в изучении восприятия России и русских другими культурами являются «образ» и «имидж». В русском языке данные слова имеют разные значения. Имидж создается самим носителем искусственно, это то, каким он хочет, чтобы его видели со стороны. Образ же создается естественным путем, независимо от своего носителя в умах общественности под влиянием различных факторов. В английском же языке существует только понятие «image» - изображение, образ, имидж, представление. И именно от данного слова образовано название науки, занимающейся изучением способов формирования, интерпретации и восприятия «чужого».

Истоками имагологии принято считать труды Жан-Мари Карре и его коллеги Мариус-Франсуа Гийара. Ж.-М. Карре писал о формировании образа немцев во французской литературе. Своей задачей он считал показать, как «оптические ошибки», допущенные французскими писателями, повлияли на видение Германии. Гийяр же обращался к имагологии в рамках компаративистики. Он отрицал необходимость изучения «иллюзорного» влияния одной литературы на другую в пользу понимания того, как формируются и существуют в сознании мифы о других народах.

А. Лортолари, Ш. Корбе, М. Кадо, Х. Дизеринк в своих исследованиях так же обращались к восприятию образа «чужого». А 1966 году Дизеринк даже опубликовал статью «К проблеме «имиджей» и «миражей» и их исследования в рамках сравнительного литературоведения», которая легла в основу «Аахенской программы по имагологии». Статья дала основу формирования нового методологического подхода, который развил в своей работе А.Р. Ощепков [65].

Еще одной наукой, имеющей тесную связь с имагологией и образами, является компаративистика. Цель компаративистики – сравнение и противопоставление образов разных культур. В качестве основного тезиса компаративистики стали слова философа Мартина Бубера, который заявлял о необходимости диалога Восточной и Западной культур. Теория американского антрополога Эдварда Холла о происхождении высококонтекстных и низкоконтекстных культур также касается проблем восприятия «своего» - «чужого» [118].

Польский имаголог Малгожата Свидерска в своей работе, посвященной образу Польши в произведениях Ф.М. Достоевского, не только разделяет понятия «свой» - «чужой», но и выделяет два характера «других»: «альтер» представляет идеологию определенной группы, нации или культуры; «алиус» также является незнакомцем или иностранцем, но он находится за пределами мира определенной группы, нации или культуры [161].

Свой существенный вклад в формирование образа России внесли не только ученые, но и писатели. Прежде всего, авторы травелогов – Лоренс Стерн и Астольф де Кюстин. В своих «путевых заметках» они знакомились со страной и культурой изнутри и отображали в своих произведениях такой, какой видели ее сами. Однако объективность не является основополагающей чертой литературных произведений. Их главная задача – воздействие на читателя. Но беспристрастность авторов ни коим образом не препятствует формированию образа той или иной страны или культуры в общественном сознании читателей.

Впоследствии российские ученые переняли идеи зарубежных коллег касательно изучения образа «чужого», «другого»: других стран, культур и наций.

С межкультурной и междисциплинарной точки зрения имагологией занимаются такие российские ученые, как Адилов В.А., Виноградова Н.С., Девятков А.А., Журавлева В.И., Минда Л., Моисеева Т.В., Морозова О.В., Папилова Е.В., Цилюрик Д.Д., Чувильская Е.А.

В одном ряду с имагологией стоит и имиджелогия. Ее идеи в России стал развивать Шепель В.М. в 90-е годы XX века. Имиджелогия, в отличие от имагологии, изучает пути, способы, закономерности формирования имиджа. Таких взглядов придерживаются Панасюк А.Ю., Почепцов Г.Г. [69].

Так, несмотря на исторические предпосылки и попытки писателей и путешественников постичь чужие культуры, имагология является молодым направлением. Отсутствуют исследования, посвященные комплексному анализу образа России в общественном сознании, а также различных жанров медиа дискурса, как основного источника представлений американцами русской культуры.

Объектом исследования является американский медиа дискурс.

Предмет исследования – культурологический образ России и русских в американском медийном дискурсе второй половины XX – начала XXI века.

Хронологические рамки исследования.

Хронологические рамки исследования охватывают период с середины XX до начала XXI века. Именно в это время стали активно развиваться средства массовой информации. Большое развитие получил кинематограф, телевидение, а в дальнейшем и интернет, дающий базу новым жанрам медийного дискурса (интернет-мемы). Все это позволило рассмотреть актуальный для нашего времени «медиа образ» России.

Материал исследования - тексты американской и отечественной прессы, а также другие элементы медийного дискурса, такие как диалоги из фильмов, цитаты телевизионных шоу и новостных выпусков.

Цель диссертационного исследования – выявить и проанализировать диахронические изменения представлений о России и образа страны в

общественном сознании США, а также значение образа России и русских для формирования национальной самоидентификации.

Задачами исследования являются:

1. Изучить состояние проблемы культурологического изображения России в научной литературе США и России, а также в диссертационных исследованиях России.
2. Выделить основополагающие черты образа России в американских СМИ.
3. Исследовать парадигму понятий «образ – image – имидж» в контексте изучения культуры.
4. Выявить влияние исторических, политических и культурных стереотипов на формирование образа России в общественной мысли США.
5. Проанализировать репрезентацию образа лидера России в американском медиа пространстве.

Теоретической основой для проведения исследования стали значимые идеи и методологические возможности, раскрывающие концепты «образ», «имидж», «национальная и культурная идентификация», «стереотипы».

Тема России в современном мире интересна многим наукам: политологии, экономике, PR-менеджменту, философии и, конечно же, культурологии. Этому вопросу посвящены работы отечественных и зарубежных авторов. Формирование образа и имиджа России в зарубежных СМИ в своих работах рассматривают Галинская Т.Н., Гринберг Т.Э., Данаева З., Егорова Э.В., Чувильская Е.А.

К диссертационным работам, посвященным образу России формируемом в общественном сознании других народов можно отнести кандидатские диссертации Адилова В.А. «Образ России в Казахстане: опыт проектирования имиджа страны во внешней среде» [2], Андриющенко Е.А. «Репрезентация образа "чужого" в англоязычном медиадискурсе» [3], Безотосного И.А. «Позитивный имидж России: конструирование и репрезентация символической социальной реальности» [9], Борисенко И.В. «Национальный образ России: философско-культурологический анализ» [12], Виноградовой Н.С. «Политико-психологический образ России в англо-американских печатных СМИ»

[14], Журавлевой В.И. «Образ России в общественно-политическом дискурсе США» [28], Минда Ли «Восприятие России в современной китайской культуре» [55], Моисеевой Т.В. «Метафорическое моделирование образа России в американских СМИ и образа США в российских СМИ» [57], Морозовой О.В. «Речевые способы формирования образа России в российских и американских СМИ» [59], Савенковой А.Д. кандидатская диссертация на тему «Образ России в английской публицистике 20-40-х гг. XX в.: к проблеме кросс-культурной коммуникации (Г.Дж. Уэллс, У.С. Моэм, Дж. Б. Пристли)» [76], Цилюрик Д.Д. «Образ России в современном французском политическом медиадискурсе: по материалам электронных версий ежедневных газет "Монд", "Фигаро" и "Либерасьон" за 2008-2012 гг.» [90], Чэнь Ци «Образы современной России в культуре Китая (1991-2019)» [92].

В диссертации также использованы работы отечественных и зарубежных ученых, изучающих формирование образов: Аверинцев С.С., Бахтин М.М., Белинский В.Г., Галумов Ю.Б., Гумилев Н.С., Дизеринк Х., Кашлев Ю.А., Кубанев Н.А., Кук Дж. К., Липпман У., Лотман М.Ю., Митчелл В. Дж. Т., Ощепков А.Р., Пикхан Г., Пирс Ч.С., Поляков О.Ю., Почепцов Г.Г., Рикёр П., Свидерска М., Холл Э., Ягода Г.

Методология и методы отвечают поставленным задачам и задачам культурологии. Для культурологии, как и для других гуманитарных наук, понимание предмета представляется важнее, чем простое его объяснение. Поэтому ее задача состоит в осуществлении диалога культур путем приобщения, понимания и принятия культурных и национальных реалий других стран. Так же и в исследовании использовался метод понимания, предложенный М. Вебером.

Исследование восприятия одной культуры другой проводится с целью успешного осуществления межкультурной коммуникации. Для этого применяется типологический метод, направленный на установление сходств и различий. Основываясь на выявленных сходствах и принимая во внимания различия, уважительно относясь к ним, можно реализовать успешный диалог культур. На

основании данного подхода логично выделить этнические и национальные, восточные и западные и другие типы культур. О. Шпенглер, А. Тойнби придерживались исторического метода в анализе развития культур. Сравнивая и сопоставляя феномены и явления отдельных культур, они выявили сущностные характеристики и морфологические особенности различных культур. Исходя из разнообразия и разности культур, можно говорить о формировании культурной самоидентичности [95].

Данное исследование проводилось на различных материалах американского медийного дискурса. В ходе работы нам пришлось столкнуться с особенностями интерпретации текстов представителями разных культур, в том числе исходя из лингвистических особенностей русского и английского языка. Это обусловило использование метода дискурсивного анализа и герменевтики.

Источником информации для исследования образа России, формируемым в общественном сознании американцев, послужили различные жанры медиа дискурса: письменные (журнальные и газетные статьи и заголовки); видеоисточники (фильмы, развлекательные ТВ-программы и шоу); другие медиаобъекты (мемы). Для сбора основных данных и анализа основных элементов образа России в американском медиа дискурса в качестве эмпирических методов использовался метод наблюдения и дескриптивный метод.

Представленная методология опиралась на систему методов, которые способствовали проведению данного исследования. В их числе:

- *диалектический* метод дал возможность рассмотреть трансформацию образа России общественном сознании;
- *сравнительно-исторический* метод использовался в процессе сравнения различных культур;
- *семиотический* метод – позволяющий рассматривать образ в системе культуры, представляющий собой символ, который является отражением культуры.

Кроме того, в работе были использованы общенаучные теоретические и эмпирические методы исследования: наблюдение, анализ, синтез, сравнение, индукция, дедукция, экстраполяция – в аспектах культурного исследования.

Научная новизна исследования заключается в том, что:

- произведен сравнительный анализ понятий «образ» и «имидж» с точки зрения культурологии в русском и английском языках и установлено несоответствие англоязычного понятия «image» и русского «имидж», где первое обладает значением «изображение, образ», а второе – образ, прежде всего политический, намеренно формируемый с целью пиара, пропаганды, рекламы.

- изучены главные стереотипы, существующие в сознании американцев, касательно России и русской культуры. Выявлены также стереотипы, которые носят как положительный, так и негативный характер.

- проанализирован культурологический образ лидера страны и его исторические изменения в американском массовом сознании; в результате раскрыта трансформация образа политического лидера, а также лидера в сфере культуры, отраженного в СМИ, телевидении и интернете.

- изучен образ России и русских на материале не только печатных СМИ, но и в других элементах медийного дискурса, таких как телевидение (фильмы, сериалы, телевизионные шоу). В работе анализируется изменение образа и отношение американцев к России в различные периоды истории.

Теоретическая значимость диссертационного исследования определяется тем, что:

- выявлены особенности понятий «образ» и «имидж» в русском и английском языке и их влияние на формирование восприятия страны и культуры;

- выявлена роль имагологии как направления науки в изучении культурологического образа страны;

- проанализировано основание использования понятий «стереотип» в рамках изучения восприятия России в США;

- обоснована роль исторических, политических и культурологических стереотипов, влияющих на формирования образа России в США.

Практическая значимость диссертационного исследования состоит в том, что результаты проведенного исследования:

- способствуют пониманию базовых источников и предпосылок формирования образа России в США, а также увидеть динамику изменений восприятия;

- материалы диссертационного исследования использованы при чтении лекционных курсов по культурологии, страноведению и английскому языку, а также при проведении спецкурсов и спецсеминаров по имагологии. Разработан авторский курс по выбору «Межкультурная коммуникация на иностранном языке» и апробирован со студентами гуманитарного профиля на кафедре Иностранных языков и культур Арзамасского Филиала Национального Исследовательского Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского. Кроме того, предметом исследования стали не только различные жанры СМИ, теряющие популярность в современном мире, но и такие популярные объекты медиа дискурса как интернет-мемы, диалоги из художественных фильмов и развлекательных телепрограмм.

Результаты настоящего исследования могут быть использованы учеными в области социологии, культурологии, культурной антропологии, психологии, философии.

Данная исследовательская работа способствует формированию интереса к образу «чужого» в современной культуре, проблеме национальной и культурной самоидентификации, а также межкультурной коммуникации.

Апробация работы. Основные положения диссертации заслушивались и обсуждались на круглых столах, семинарах, заседаниях кафедры культурологии и изобразительного искусства ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет» Шуйский филиал, на заседаниях кафедры иностранных языков и культур ФГБОУ ВО ННГУ им. Н.И. Лобачевского, Арзамасского филиала, а также были представлены в докладах на международных, научно-практических конференциях: Всероссийская научно-практическая конференция «Актуальные проблемы лингводидактики и лингвистики в контексте современных

исследований» (г. Арзамас, ННГУ, апрель 2017г.); XI Международная научная конференция «Шуйская сессия студентов, аспирантов, педагогов, молодых ученых» (г. Шуя, ИвГУ, июль 2018г.); Научно-практическая конференция с международным участием «Вариативность и стандартизация языкового образования в неязыковом вузе» (Н.Новгород, ННГУ, апрель 2018г.); II Международная научно-практическая конференция «Вариативность и стандартизация языкового образования в неязыковом вузе» (Н.Новгород, ННГУ, апрель 2019г.); Международная научно-практическая конференция «Современные тенденции языкового образования: опыт, проблемы, перспективы» (г. Арзамас, ННГУ, март 2019г.); XI Международная научная конференция «Шуйская сессия студентов, аспирантов, педагогов, молодых ученых» (г. Шуя, ИвГУ, июль 2019г.); XVI Международная конференция «Иммиграция и американская культура» (г. Москва, МГУ, декабрь 2019г.); III Международная научно-практическая конференция «Вариативность и стандартизация языкового образования в неязыковом вузе» (Н.Новгород, ННГУ, апрель 2020г.); Студенческая научная конференция «Сохранение и развитие культурного и образовательного потенциала Ивановской области» (г. Шуя, ИвГУ, май 2020г.); IV Международная научно-практическая конференция «Вариативность и стандартизация языкового образования в неязыковом вузе» (Н.Новгород, ННГУ, апрель 2021г.); III Международная научно-практическая конференция «Современные тенденции языкового образования: опыт, проблемы, перспективы» (г. Арзамас, ННГУ, март 2021г.).

По теме диссертации опубликовано 16 статей. Из 16 опубликованных статей – 4 статьи опубликованы в рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК РФ по специальности 24.00.01 «Теория и история культуры».

Основные положения, выносимые на защиту.

1. Культурологический анализ, осуществленный в диссертационной работе, основывается на исследовании социокультурных процессов, раскрывающих формирование образа России в американском медиа пространстве, охватывающий временные рамки с середины XX до начала XXI века, что связано

с распространением и развитием различных единиц медиа дискурса и расширением интереса к образу русского человека.

2. Понятие «образ» рассматривается через призму различных гуманитарных исследований. Однако, большую роль в понимании образа другой страны и культуры играет имагология. Основополагающими являются понятия, представленные в парадигме «образ – image – имидж» и их понимание различными гуманитарными исследованиями.

3. Динамика изменения образа России в американском медиа дискурсе во второй половине XX – начале XXI века связана с историческими событиями, которые меняли образ от комплиментарного к негативному.

4. На создание образа России в американском общественном сознании влияют различные исторические, политические и культурные стереотипы. Большинство разногласий во взаимоотношениях двух стран имеют политический подтекст, различные современные геополитические явления питают, дополняют и корректируют образ России. Многие черты русской культуры, важные для ее восприятия, сложились исторически в результате различных культурных и политических событий (Революция в России, Вторая мировая война, Холодная война) и являются релевантными в современной Америке.

5. Образ политического лидера страны влияет на формирование восприятие всей страны и ее жителей. Американские СМИ навязывают отрицательный образ главы другого государства. В американском сознании формируется образ России как врага. Данный образ также достаточно амбивалентен в общественном сознании и проецирует черты отдельного человека на представителя целой нации.

Структура диссертации определена целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, двух глав, разделенных на параграфы, заключения, библиографического списка на русском и английском языке. Общий объем диссертации составляет 129 страниц.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ В АМЕРИКАНСКОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

1.1 Исследование парадигмы «образ – image – имидж» в культурологическом контексте

Доктор психологических наук Смирнов С.Д. на примере работ советского психолога, философа, педагога и организатора науки Леонтьева А.Н. рассматривал взаимосвязь образов и восприятия мира. Отталкиваясь от чувственных ощущений: осязания, зрительного восприятия – он находит понимание взаимосвязи образа мира и перцептивной стимуляцией: «главный вклад в процесс построения образа предмета ил ситуации вносят не отдельные чувственные впечатления, а образ мира в целом» [81, 7]. Проще говоря, не образ мира является промежуточной ступенью, которая обрабатывает сенсорные элементы в чувственный образ, а наоборот, все сенсорные «полуфабрикаты» дополняют и детализируют картину мира.

Позаимствовав данные выводы из психологических исследований, можно выдвинуть предположения о природе формирования образа культурологического. Именно зрительные «полуфабрикаты», детали услышанного, прочтенного, увиденного, позволяют сформировать, а со временем дополнить и детализировать образ «чужого».

Однако необходимо разобраться с пониманием концепта «образ». Если обратиться к толковым словарям, то можно найти следующие дефиниции: образ – это «результат и идеальная форма отражения предметов и явлений материального мира»; «живое, наглядное представление о чем-либо» (Ожегов) [64, 435]; «художественное отражение идей и чувств в звуке, слове, красках и т.п.» (Ушаков); «Наглядное изображение какого-л. явления через другое, более конкретное; сравнение, уподобление» (Ефремова). Основой данных определений является то, что образ – представляет собой не прямое отображение чего-либо, а отражение, идея, пропущенная через призму сознания. Такая вариативность

толкований во многом решает проблемы, имеющие прикладной характер, связанные с анализом образа различными науками.

Зародившаяся в античности гносеология или теория познания занимается изучением процесса познания исследователем предмета исследования. Анализируя методы, принципы и формы познавательной деятельности, гносеология раскрывает сущность взаимодействия субъекта и объекта исследования. Как результат формируется образ данного объекта. Следовательно, одним из центральных понятий гносеологии является познавательный образ, как результат познавательной деятельности субъекта. Так, можно сделать вывод, что образ в гносеологии – это отражение окружающей действительности в сознании личности.

Однако каждая гуманитарная наука имеет свою трактовку понятия «образ». В 19 веке определение искусства как мышления в образах появилось в трудах Гегеля, Белинского и других мыслителей. Виссарион Григорьевич писал, что «искусство есть непосредственное содержание истины, или мышление в образах» [10, 585]. Этими словами он открыл статью, посвященную идее искусства. В литературе основным понятием является «художественный образ» - обобщенная, искусственная форма выражение мыслей и чувств художника, отраженная картина действительности, доведенная автором до идеала посредством творческой фантазии. Основные функции художественного образа: коммуникативная, эстетическая, воспитательная, познавательная. Каждая из функций раскрывает только одну грань образа, что ведет к утере его специфики. И только рассмотрение всех функций в совокупности несет в себе представление об образе как особой форме общественного сознания [79, 241].

Образ является способом изучения жизни. Существуют идеи, абсолютизирующие художественный образ, представляя его как условный мир вымыслов, не имеющий никакого отношения к реальности. В то время как одной из важнейших особенностей художественного образа является измерение всего сущего по меркам идеала путем сопоставления реального, т.е. того, что есть с тем, что должно быть. Это не только способствует всестороннему развитию личности. Это учит отделять объективное от субъективного суждения, что является важным

аспектом в изучении чужой культуры. Преобладающий в общественном сознании субъективный образ той или иной страны или культуры может значительно отличаться от реального. Понимание «чужого» является одной из задач культурологии.

В философии образ – результат отражения объекта в сознании человека. На уровне чувств образами являются ощущения и восприятия, на мыслительном уровне он строится на основе суждений и умозаключений. Философская наука также выделяет художественный образ как особую, специфичную форму [87, 446].

На чувственном уровне понятие «образ» понимал Аристотель: «Воображение же есть нечто отличное и от ощущения, и от размышления; оно не возникает без ощущения, а без воображения невозможно никакое составление суждений... Воображение есть то, благодаря чему у нас возникает образ...» [4, 430]. Образ по Аристотелю отображает чувства, а не является результатом мышления.

В семиотике образ также имеет двойственную природу - это система невербальных знаков, которая зарождается в сознании индивида и передается другому. Визуальный образ с семиотической точки зрения - это сообщение Другому в определенной системе кодов. Бинарная структура, так называемых, Означающего и Означаемого раскрывается в социальной коммуникации через высказывание, жест, мимику, символ, картинку. Восприятие образа осуществляется на разных уровнях: межличностное общение (Я — Другой), массовая коммуникация (например, реклама), виртуальное общение (сервисы социальных сетей).

М.Ю. Лотман в монографии «Внутри мыслящих миров» не употребляет понятие «образ», но использует другой термин – символ. То, что символ у Лотмана в какой-то степени синонимичен образу в контексте культуры, подчеркивается особым иконическим принципом устройства. Он пишет: «Символ отличается от конвенционального знака наличием иконического элемента, определенным подобием между планами выражения и содержания» [53, 160]. Понятие «символ», а не «образ, наряду с «иконой» (в оригинале “icon”) и

«индексом» (в оригинале “index”) выделяет Чарльз Сандерс Пирс. «Символ есть знак, который отсылает к обозначаемому им Объекту в силу закона, обычно - ассоциации общих идей, действующего так, чтобы заставлять нас интерпретировать Символ как отсылающий к этому Объекту», - пишет Пирс [67, 186]. Так, символ у Пирса проходит тот же путь, что и образ – от субъекта через интерпретацию в общественное сознание. При этом «образ» и «символ» для него не являются тождественными. Пирс приводит такой пример: если ребенок спросит, что такое воздушный шар, а человек ответит, что это нечто вроде большого мыльного пузыря, то это сделает образ частью символа.

Сопоставляет, но не отождествляет понятия «образ» и «символ» советский и российский филолог, культуролог, аннарист, историк культуры, философ и литературовед С.С. Аверинцев. Он считает, что символ – это образ «взятый в аспекте своей знаковости» [1]. В то же время символ является и знаком, наделенный всей многообразностью образа. Для Аверинцева любой символ есть образ, равно как и любой образ в какой-либо степени является символом, но понятие символа шире, так как делает акцент на выхождении образа за собственные пределы, путем приобретения некоего смысла.

Особое внимание образу уделял русский философ, культуролог, литературовед, теоретик европейской культуры и искусства Михаил Михайлович Бахтин. Однако, будучи крупнейшим советским литературоведом, он рассматривал образ художественный. Обращаясь к вопросам исторической поэтики, Бахтин рассматривал эволюцию образа человека в литературных произведениях, а также корни литературного образа в фольклоре.

В искусстве Бахтин определяет образ, как компонент этико-эстетического события, «оформленные моменты содержания», но при этом не зрительные представления [6, 308]. По его словам, увидеть образ нельзя даже в изобразительном искусстве. Одними лишь глазами невозможно увидеть, например, человека, как эстетическую ценность. Также невозможно увидеть или услышать что-либо весомое ценностно значимое только благодаря внешним чувствам, потому как эстетический компонент (образ) по Бахтину – это не

определенное понятие, слово или зрительное представление. Образ является неким эстетическим образованием, осуществляемым в каждом искусстве по-разному: в литературе – словом, в изобразительном искусстве – каким-либо зрительно воспринимаемым материалом.

Бахтин считал, что каждый образ необходимо рассмотреть на уровне «большого времени человечества». Автор находил это важным, так как свой глубинный смысл образ приобретает, переходя в символ. По его мнению, образ должен пониматься с двух ракурсов: внешний (как то, что он есть) и внутренний (как то, что он обозначает). А содержание символа соизмеряется с идеей целостности мира, абсолютностью человеческого универсума. Бахтин писал: «Взаимопонимание столетий и тысячелетий, народов, наций и культур обеспечивает сложное единство всего человечества, всех человеческих культур. Сложное единство человеческой культуры, сложное единство человеческой литературы. Всё это раскрывается только на уровне большого времени» [7, 369].

Говоря о художественном образе, Бахтин затрагивал также проблему образа автора в произведении. По словам Бахтина, автора мы чувствуем, ощущаем, понимаем и воспринимаем в любой работе, будь то живопись или литература. Но при этом нельзя ставить тождество между образом автора и образом, воплощенном в произведении. Автор разделяет два понятия: изображающий субъект и изображенный (видимый) образ. Также нельзя сравнивать образ автора и с другими образами в произведении, так как образ автора Бахтин определяет, как особый тип, но он так же является «образом» и имеет своего «автора». Автобиографический герой, герой мемуаров, дневников, исповедей, рассказчик в рассказах, написанных от первого лица – все они имеют «прототип» и соотносятся с автором-человеком. Но все эти герои – это и изображенные образы, созданные автором. Они могут частично изображать автора, но нельзя, в таком случае, говорить о «чистом авторе» [7, 287-288].

Бахтин, рассматривая проблему образа автора с точки зрения философии и эстетики, выделяет три разных образа: Первичный автор (не созданный) — *natura non creata quae creat*; вторичный автор (созданный первичным автором) — *natura*

creata quae creat и отдельно образ героя — natura creata quae non creat. Эти термины являются метафорой на модусы бытия, описанные в сочинениях раннесредневекового философа Иоанна Скота Эриугены: «природа творящая и несотворенная», «природа сотворенная и творящая», «природа сотворенная и нетворящая», «природа несотворенная и нетворящая».

При этом проблема и парадокс образа автора заключается в том, что первичный автор вообще не может быть образом. Каждый раз, когда мы пытаемся представить себе первичного автора, его образ создается в нашем сознании, то есть мы сами создаем его образ, а следственно сами становимся первичным автором данного образа. Более того, слова первичного автора не принадлежат ему самому. Бахтин считал, что невозможно сказать что-либо от лица писателя. Его слова нуждаются в подкреплении чем-то абстрактным и безличным: вдохновением, научными аргументами, объективными данными. Почувствовать автора читатель может не через слова, а, например, иронию, иносказание и другие формы металингвистики. Также и художники часто изображают себя на своих картинах на заднем плане. При этом они изображают себя не художниками и создателями, а простыми людьми, героями картины [7, 353-354].

Понятие «образ» также является ключевым и в культурологии, однако здесь «образ» во многом связан с представлениями одной культуры о представителях другой или «чужой». Концепт культурной образности лег в основу нового направлению на стыке культурологии и компаративистики - имагологии, базирующейся на трудах Жан-Мари Карре, Мариуса Франсуа Гийяра и Хуго Дизеринка. Однако почти за столетие до Аахенской конференции и публикации статьи Дизеринка «К проблеме «имиджей» и «миражей» и их исследовании в рамках сравнительного литературоведения» в журнале «Аркадия» в 1996 году, немецким философом и психологом еврейского происхождения Морицем Лазарусом и филологом Хейманом Штейнталем была выведена концепция, так называемой, *Völkerpsychologie*. Термин можно понять и перевести как «национальная психология», хотя создатели вкладывали в него более глубокий смысл.

Современный характер ранней Фолькерпсихологии можно наблюдать в субъективном понимании идентичности: нация (*Volk*) означает просто "множество людей, которые признают себя одним народом". Нация понимается как исторически наиболее важная, "естественная и вечная", но не единственный носитель коллективного, объективного духа (*objektiver Geist*). в нескольких местах упоминаются национальные и многонациональные сообщества, которые также формируют идентичность и обладают собственным объективным духом. Установление такого общего, объективного духа является необходимым условием для создания каждой коллективной сущности, идентичности – *Volkergeist* (национальный дух) - это "то, что делает множество людей нацией; это связующее звено, принцип, идея нации; это создает ее союз" [112, 75]. *Volkergeist*, в первую очередь, выражается языком, на котором он формирует богатство образов и понятий определенной нации, а также в его мифологии, религии, народной поэзии, литературе, искусстве, науке, обычаях, бизнесе и семейной жизни.

Культурные образы в целом можно определить, как группу (а не как упорядоченную систему) характерных образов отдельной культуры в определенный период. Как индивидуальную культуру можно наблюдать каждое сообщество, объединенное в соответствии с каким-либо интегративным критерием, который его члены принимают в качестве важнейшего компонента самоопределения; этот интегративный критерий может быть наднациональным, национальным, этническим, конфессиональным, социальным, гендерным, идеологическим и тому подобным. Понятие индивидуальной культуры как носителя определенной культурной образности аналогично понятию объективного духа [112, 76].

За исключением теоретической литературы, концепция культурного образа, естественно, может быть расширена за счет ее применения в исследовании исторического материала. Профессор факультета гуманитарных и социальных наук университета г. Загреб Давор Дукич считает, что культурные образы – это не только исследовательская концепция, но и модель презентации; в конечном счете она должна служить для написания истории литературы, культуры. Дукич

предлагает третью парадигму, параллельную традиционной повествовательной историографии и постмодернистской литературно-исторической энциклопедии. Культурные образы, в его понимании, в этом смысле являются имагологическим аналогом своего рода структуралистской, поэтологической модели литературного периода [112, 78].

Понятию «образ» посвятил главу в своей книге «Теория образа: живые картины» американский учёный, теоретик медиа, искусства и литературы, доктор философии Уильям Джон Томас Митчелл. Он рассматривал образ (в оригинале на англ. “image”) на стыке семиотики и эстетики. Митчелл выделяет «критическую иконологию», как общую науку об изображениях. При этом прилагательное «критическая» он добавляет, чтобы отличать ее от иконологии в общем смысле – филологического изучения литературных влияний в живописи и скульптуре, и наоборот. Критическая иконология Митчелла, по сути, не только учитывает художественные образы и литературные произведения, но и раскрывает исследования взаимосвязи различных видов образов и дискурсов, создающих наши представления о мире.

Образ – это главная единица иконологии, подобно тому, как лингвистический знак является основной единицей общей лингвистики Фердинанда де Соссюра. Образ - это то, что взаимодействует с языком в нашем культурном представлении мира и распространяется через средства массовой информации. Однако Митчелл сам пытается разобраться в природе образа и является ли он просто объектом какого-либо визуального восприятия. Он приводит следующий пример: дерево, которое мы видим за своим окном - это не образ дерева, а именно живое дерево. Так, Митчелл приходит к выводу, что не все образы являются визуальными объектами, и не все это мы видим - есть образ, равно как и не все, что мы слышим является языком или музыкой [172, 40].

Простое наблюдение о том, что иконологическая единица не обязательно является визуальной, противоречит одному из наиболее глубоко укоренившихся представлений об образах: их соответствию визуальности.

Но это не единственное противоречие науки об образах со здравым смыслом. Иконологическая единица, по сути, даже не является единицей, то есть единой. Образ, как говорит Митчелл, имеет двойственную натуру, как и сосюрковский лингвистический знак. В английском языке эта разница проявляется в словах *image – picture*. В русском языке этой парадигме соответствует пара *образ – изображение*. Image (образ) – «восприятие сходства или подобия или аналогичных форм», в то время как picture (изображение) – это материальная опора, физический носитель, в котором проявляется образ [172, 41]. Придя из английского в русский язык, понятие «имидж» приобрело другое значение, и, говоря об образе страны в рамках культурологии, выстраивается иная парадигма: *образ страны – имидж страны*.

Любой ученый, занимающийся изучением образа той или иной, как правило, чужой для него страны или культуры, рано или поздно сталкивается с проблемой терминологии, касающейся понятия «образ», а точнее, определением границ, существующими в парадигме *образ – image – имидж*. Концепт «образ» является одним из ключевых в культурологии, легший в основу новому направлению на стыке культурологии и компаративистики - имагологии. Здесь он во многом связан с представлениями одной культуры о представителях другой или «чужой». Понятия «имидж» и «образ» входят в понятийный аппарат различных наук: философия, политология, психология, журналистика, культурология и лингвокультурология.

Для изучения культуры другой страны важны оба понятия. Поэтому важной задачей видится исследование того, как трактуются данные концепты различными учеными и какую роль они играют в понимании «чужой» культуры. Так как язык является отражением картины мира говорящих на нем людей, попытаемся разобраться в сходствах и отличиях понятий «образ» и «имидж», содержащих в себе видение окружающего нас мира.

В русский язык слово имидж пришло из английского – *image* – «мнение, представление, образ». И, несмотря на то, что английское «*image*» вполне может быть переведено как «образ», другие варианты перевода дают более точную

характеристику. В словаре современного английского языка Т. Лонгмана «*image*» в первую очередь трактуется как «*public opinion*» - «общественное мнение» (The opinion people have of a person, organization, product etc, or the way a person, organization etc seems to be to the public), являющимся синонимом слову «репутация» [138]. Однако уже следующее значение указывает на возможную тождественность с русскоязычным понятием «образ»: «*idea in mind*», т.е. «картина в вашем сознании о том, как кто-то или что-то выглядит, или каковым является» (A picture that you have in your mind, especially about what someone or something is like or the way they look).

Обратимся к русскоязычным словарям и определениям слов «образ» и «имидж». У Ожегова образ - это «результат и идеальная форма отражения предметов и явлений материального мира»; «живое, наглядное представление о чем-либо»; имидж – «представление о чем-н. внутреннем облике, образе», что является почти калькой определения Томаса Лонгмана [64]. Но уже в «Толковом словаре иностранных слов» Л.П. Крысина имидж – это «представление (часто целенаправленно создаваемое) о чем-н. внутреннем и внешнем облике, образе» [39].

Так, мы видим, что английском языке в одном слове слились сразу две коннотации, в то время как в русском языке понятия «образ» и «имидж», в связи с популярностью последнего термина в рамках пиара, пропаганды и рекламы, слова утратили свою тождественность.

Об имидже страны пишет Г.Г. Почепцов в своей книге «Имиджелогия», посвящая ее вопросам построения и управления имиджем. Почепцов рассматривает имидж, как инструмент создания образа врага в политике и массовой культуры, обращая особое внимание на возросшей роли имиджа в современном обществе. Георгий Георгиевич не дает четкого определения столь ключевому понятию своей работы. Однако в первой же главе говорит, что имидж «в концентрированной форме задает суть человека или организации» [69, 16]. Ключевой характеристикой данного понятия, таким образом, является целенаправленность. Именно поэтому Почепцов также упоминает профессию

имиджмейкера, создающего и корректирующего образ политика или медийной личности.

Известный литературовед и культуролог, профессор, доктор филологических наук Валерий Земсков к инструментам имагологии, наряду с образами и имиджами, ставит стереотипы и понятийно-логические структуры, т.е. имагологические понятия. Именно эти инструменты создают в общественном сознании картины мира другой страны и культуры, при этом они будут отличаться в зависимости от того, какой инструмент используется. Суммарный образ, основанный на фоновых знаниях, стереотипах, исторических сюжетах и персонажах, можно получить соединив и сопоставив разные картины мира [29]. Выявление различий и несовпадений картин мира одной страны, влияющих на имагологическую рецепцию и репрезентацию – суть герменевтической работы.

Земсков также упоминает, что понятие «имидж» отождествляют с понятием «стереотип». Он предлагает интерпретировать «имидж» как функцию создания исключительно политического стереотипа пропагандистского характера, целенаправленно создаваемого для идеологической борьбы. Так, Земсков относит имидж к виду стереотипов, появившийся в период войны за колонии [29].

Образ нации на примере Болгарии рассматривает доктор наук в области компьютерной лингвистики Елена Тарашева. В своем исследовании она обращается к идеям британского социолога Стюарта Холла и соотносит культурологический «образ» с «репрезентациями» Холла. Репрезантации представляют собой то, как «люди воспринимают реальность». Так, репрезентации также имеют субъективный характер и исходят от человека [164].

«Репрезентация» - это еще один концепт, который может быть включен в исследуемую парадигму понятий. В «Энциклопедии эпистемологии и философии науки» дается следующее определение: «репрезентация – это опосредованное, «вторичное» представление первообраза и образа, идеальных и материальных объектов, их свойств, отношений и процессов» [96]. Стюарт Холл уделял данному понятию особое внимание. Он определяет репрезентацию как существенную часть процесса, благодаря которому создается некое значение, смысл и передается

между представителями культуры [118, 5]. Холл изучал, прежде всего, связь между языком и культурой. В связи с этим он рассматривал три подхода к этому вопросу: рефлексивный (отражает ли язык уже существующую идею), преднамеренный (отражает ли язык только то, что писатель или художник намерен донести) и конструктивистский (создается ли идея в языке и посредством языка). Сходство репрезентации с образом состоит в том, что репрезентация – это то «как вы осмысляете мир, объекты, и излагаете данную комплексную идею другим людям» [118, 6].

Неоднозначность понятия «образ» существует не только в русском, но и английском языке и является объектом изучения такой науки, как иконология или, как уточняет американский учёный, теоретик медиа, искусства и литературы, доктор философии Уильям Джон Томас Митчелл, критической иконологии, изучающей не только литературные влияния в живописи и скульптуре, но и раскрывает исследование «общей области образов и их отношения к дискурсу», всех видов образов и дискурсов, сплетенных вместе, создающих наше видение мира [172, 40].

Иконология основывается на четырех концептах: изобразительный оборот («*pictorial turn*»); различие образа и изображения («*the image/picture distinction*»); метаизображение («*metapicture*»); биопортрет («*biopicture*»). Как мы видим, так же вводит парадигму понятий *image* – *picture*, т.е. образ – изображение. При этом Митчелл не рассматривает «*image*» в значении «репутация». В его работах «*image*» - это сущность, которая взаимодействует с языком в нашем культурологическом представлении о мире и распространяется через СМИ. Такое трактование понятия «*image*» сопоставимо с русскоязычным «образом». Митчелл дополняет, что «образ» не всегда является визуальным объектом, так же, как и все то, что мы видим, не является образом. Понятие «*picture*», или «изображение», представляет собой материальное подкрепление, физическое подкрепление образа [172, 40].

Таким образом, в контексте изучения культуры нельзя с уверенностью отождествлять понятия «образ», «имидж», «репрезентация». Каждый из данных

концептов отражает различные аспекты, влияющие на представления о «другом», как со стороны субъекта, так и необъективных взгляд со стороны.

Общепринятым является тот факт, что образы формируются в нашем сознании. Что есть сознание и как оно связано с культурой? На данный вопрос пытался дать ответ австрийский психолог и писатель Густав Ягода, изучавший социологию и психологию, который также являлся пионером в исследованиях кросс-культурной психологии. В 1993 году он опубликовал книгу «Crossroads Between Culture and Mind: Continuities and Change in Theories of Human Nature» («Перекресток между культурой и разумом: преемственность и изменения в теориях человеческой природы»). Разбираясь с терминологией, Ягода обращался к словарям, чтобы найти эквиваленты английскому «mind» (разум) в других языках. Итак, в немецком языке существуют *Seele* (душа), *Verstand* (разум) и *Geist* (дух), в французском этим же понятиям соответствуют *âme*, *intelligence*, *esprit*. Автор пришел к выводу, что ни в немецком, ни в французском языке нет точного эквивалента слову *mind*, также как в английском языке отсутствует эквивалент слову *esprit*, как в словосочетании *esprit de corps* [125, 3]. На наш взгляд, однако, точка зрения автора является спорной. Английский *spirit* имел два пути заимствования: от латинского *spiritus* со значением «breath» (дыхание), и от французского, упомянутого выше, с тем же значением «soul» (душа).

Таким образом, Ягода пытался найти термин, релевантный в контексте изучения связи между разумом и культурой. Ученый не стал останавливаться на одной из идей, что, по нашему мнению, вполне оправдано: «сознание», независимо от языка и культуры, говорящей на нем, является совокупностью всех упомянутых Ягодой концептов, представляя собой отражение и души, и разума. Но еще большие проблемы он встретил при попытках понять смысл «культуры». Понятие, которое кажется вполне объяснимым, становится все запутанней. Ягода проследил ступени понимания и определения культуры:

1. культура – культивация в сельском хозяйстве;
2. культура – *cultura mentis* у Цицерона, являющееся образным определением философии;

3. культура – создание и развитие (культура бактерий, ячменная культура);
4. культура – утонченность ума или вкуса, ставшее качеством, описывающим образованного человека;
5. культура – цивилизация [125, 3-4].

При этом автор не пытается выбрать одно из множества определений, а лишь предпринимает попытки охарактеризовать то, что в настоящее время воспринимается как необходимые атрибуты концепта.

Доктор философских наук Смирнов Андрей Вадимович предлагает еще одно определение понятия «культура»: культура – это «способность разворачивать смыслы» [80, 14]. Смысл же в его трактовании – это основа сознания, то, что вообще делает сознание возможным. Именно поэтому существует не просто эфемерная связь между сознанием и культурой, они тесно переплетены так, что границы иногда стираются. Смирнов рассматривает культуру, как способ «смыслополагания», а значит – как некую функцию сознания.

Тем не менее, Андрей Вадимович приводит и более традиционное понимание концепта «культура», как способ восприятия мира. Одной из главных целей изучения культуры, изучения иностранных языков является установление диалога культур. Смирнов же сравнивает его с мозаикой. При этом вся эта диалогичность возможна лишь потому, что частички этой мозаики находятся в одном пространстве культуры, которая удерживает их, позволяя заявлять о себе и не оставаться безответными монологами. Таким же образом наше сознание образует пространство, некий стержень, который собирает отдельные фрагменты мозаики (представления и суждения о мире) воедино [80, 15].

Несомненно важным видом сознания является «самосознание», а формирование собственного «Я» и национальной самоидентичности в мозаике культур – один из главных аспектов самосознания. Представляя собой отражение духовного мира конкретного субъекта культурно-этнического социума, национальное сознание имеет непосредственную связь с производством, передачей, обменом идей, чувств, взглядов [5, 14-15]. При этом каждая нация

отражает всю суть общественного сознания. Таким образом и происходит формирование образов чужой (другой) страны и культуры. А благодаря все той же мозаике, образы не остаются изолированными в сознании индивидуума, они живут и распространяются в общественном сознании.

Так как национальное сознание интегрировано в жизненный процесс и был человека, оно может проявляться как в конкретный исторический период, так и в более длительных межпоколенных связях [5, 14]. Так и образы часто не исчезают со временем, они лишь дополняются, обрастая новыми деталями. В подтверждение этому можно привести уже другую работу Густава Ягоды «*Images of savages*» («Образы дикарей»), которая обосновывает справедливость данного тезиса.

Густав Ягода пишет, что существует множество разрозненных описаний конкретных аспектов популярных образов, но в то же время, по его утверждению, отсутствуют детальные систематические исследования данной области. Тем не менее, Ягода считал тему важной для понимания того, как некоторые образы все еще остаются в сознании людей. В пример он приводит образ «чернокожего как обезьяны», что стоит воспринимать с поправкой на время и обстоятельства, но который и в наше время нередко жив в человеческом разуме. В своей книге ученый пытается разобраться, как определенные образы стали распространяться среди людей. При этом, его рассуждения сосредоточены на второй половине 19 века, когда распространение грамотности облегчило коммуникацию, а вместе с ней и пропаганду. Можно было бы предположить, что образы были ограничены небольшой элитарной группой. Но автор воздержался от подобного вывода, предположив, что истории, рассказанные моряками и путешественниками, которые непосредственно контактировали с дикими племенами и с иностранцами в целом, вероятно, дошли в первую очередь до населения приморских городов, и лишь затем распространились за их пределы [126, 197]. Распространение образов той или иной страны, ее культуры и ее жителей получило еще больших охват благодаря книгам, написанным путешественниками, т.е. уже знакомым нам травелогам.

Травелоги и рассказы путешественников сменили СМИ: газеты, телевидение, интернет. Все чаще мы слышим словосочетание «информационная война». СМИ – это не только «переносчик» образа другой культуры, но и средство его формирования в общественном сознании. В настоящее время все сложнее отличить реальный образ от имиджа, создаваемого разными сторонами диалога культур. Именно поэтому изучение образа другой страны, насколько бы досконально изученной ни казалась данная тема, является актуальной в любое время. Это и является одной из задач культурологии.

1.2 Тема «новой» России в исследованиях отечественных и зарубежных авторов

В ходе истории Россия всегда находилась на передовых позициях политической арены и, таким образом являлась предметом бурных обсуждений дипломатов со всего мира. С появлением журналистики тема России стала муссироваться не только в кулуарах, но и на страницах печатных изданий. Современный век – век телевидения и интернета. Но вместе с тем и век информационных войн. Явление информационной войны имеет достаточно древние корни. Упоминания об изоциренных агитационных кампаниях встречаются еще в трудах античных авторов. Современная Россия так или иначе является участником многих информационных конфликтов с разными странами. При этом главными противниками называют «страны Запада», а именно США и Великобританию [89, 57]. В связи с этим любое вмешательство России в мировые события, будь то конфликт в Сирии или референдум в Крыму, широко обсуждается в западных СМИ.

Тема России в современном мире интересна многим наукам: политологии, экономике, PR-менеджменту, философии и, конечно же, культурологии. Этому вопросу посвящены работы отечественных и зарубежных авторов. Образ страны в геополитическом аспекте рассматривается в работах Д. Замятина, Ю. Замятиной, В.А. Колосова, Дж. Агнею и С. Корбриджа, Р. Джарвиса и др.

Но так как формирование образа той или иной страны и ее места в мировой политике и сознании народа сводится к изучению ее имиджа, следует разобраться со значением этих понятий – «образ» и «имидж». Ю. Кашлев и Э.Галумов представляют термин «первичный имидж» - комплексное представление страны как о некоей цельной данности, которое формируется и фиксируется в сознании общественности при первичном знакомстве с ним [34, 237]. Для более точного определения вводятся термины: «вторичный имидж», появляющийся в процессе политической и экономической борьбы с другими странами; «объективный имидж»; «субъективный», который считается несколько идеализированным; «моделируемый», то есть создаваемый руководством страны. [34, 237]. Так, образ государства должен рассматриваться только в совокупности всех имиджей, существующих в сознании общественности.

Однако, существуют утверждения, что понятия «образ» и «имидж» семантически не тождественны. Например, Т.Э. Гринберг называет имидж «рабочим» конструктом в формировании необходимого образа. То есть имидж страны – это та репутация, которую она желает иметь на мировой арене. Образ – субъективное видение этой страны другими государствами. Многие исследователи образа России в своих работах уделяют внимание идентичности государства – самоимиджу. Так Гринберг полагает, что у жителей России все еще присутствует внутренний кризис «национальной идентичности», препятствующий формированию субъективного образа страны. Кризис этот состоит в том, что российская общественность до конца не пришла к ответу, какой должна быть Россия, например, «государством «русских», или «российских граждан», или новой империей» [22]. Так же особенностью государств СНГ в вопросе имиджа является то, что на протяжении столетий эти страны имели негативный образ. И теперь, когда все плохие ассоциации смываются, как утверждает советник британского правительства по вопросам публичной дипломатии Саймон Энхолт, данным государствам придется начинать «с чистого листа» [23].

Как показали исследования Н.С. Виноградовой в области политической психологии, образ страны— это отражение как внешней, так и внутренней политики страны (лидера, партии, государства, политических институтов и пр.) в массовом и индивидуальном сознании мирового сообщества и граждан, транслируемое посредством прежде всего англо-американскими печатными СМИ. В образ страны входят следующие компоненты: пространственно-географический, образ власти, образ лидера и др. [14].

Эффективными для формирования имиджа страны являются взаимоотношения со СМИ, в том числе и иностранными. Это возможно только при условии, если эти отношения будут строиться на доверительной основе: страна должна доверять объективности журналистов и уважать их стремление опубликовать информацию, действительно ценную и актуальную для аудитории его издания. Для иностранных же журналистов важна степень открытости источников для получения информации «из первых рук» [14].

По мнению Н.С. Виноградовой формирование образа страны происходит на двух психологических уровнях: рациональном и бессознательном, иррациональном. Эти оценки сводятся к четырем критериям: привлекательность-непривлекательность, сила-слабость, активность-пассивность, простота-сложность. Одним из факторов, влияющих на восприятие образа России в американских СМИ, являются стереотипы. Словарь Ожегова объясняет данное понятие как «прочно сложившийся, постоянный образец чего-нибудь, стандарт» [64, 766]. Таким образом, при формировании образа страны присутствует тенденция оценивания по уже сложившейся традиции, а не как единичное, новое сообщение. При анализе стереотипа, как одного из механизмов политического восприятия, автор выделяет три стадии. Первая стадия состоит в рассмотрении образа страны как образа, формируемого через информационное сообщение. Вторая стадия – сравнение информационного сообщения о стране с ранее сложившимся стереотипным представлением. На третьей стадии происходит процесс оценки сложившегося полноценно сформированного образа [14].

Говоря об образе России, профессор кафедры массовой коммуникации и связей с общественностью академии МИД России Ю.Б. Кашлев и кандидат экономических наук Э.А. Галумов приходят к выводу, что в настоящее время не существует однозначного положительного или отрицательного отношения зарубежного общества к стране. Они отмечают, что в действительности Россия имеет значительно худшую репутацию, чем она заслуживает. Едва ли не единственным «козырем» страны в борьбе за улучшение ее имиджа называют президента В.В. Путина. Так же вышеназванные ученые приводят в пример слова Председателя верховной палаты парламента РФ Сергея Миронова о сформировавшемся еще в период «холодной войны» образе России как о бедной и холодной стране [34, 239]. При этом Кашлев и Галумов отмечают, что именно такое отрицательное представление о государстве в недавнее время стало причиной громких неудач. Так, например, несмотря на все усилия, страна смогла выиграть конкурс на проведение мирового чемпионата по футболу лишь в 2010 году. Среди положительных сторон, привлекающих западное общество, выделяют терпимый климат, трудный, но интересный язык, мистическое сознание, а также роль связующего звена между Востоком и Западом.

В книге «Формирование образа России в массовом сознании» в авторстве целой команды докторов философских наук прослеживается история отражения имиджа России на западе начиная с образования Древнерусского государства. Однако, непосредственный интерес для европейских историографов Русь стала представлять только после падения Византийской империи. Примечательно, что долгое время Российская империя была известна скорее по отзывам путешественников, нежели из исторических трудов. Переломным моментом авторы называют рубеж XVI-XVII веков, когда Европа увидела могущественную империю, а не поработенную татарами страну. А Петровские реформы радикально изменили представление запада о России. Военные победы, статус морской державы, промышленный рост привлекали в страну все больше иностранцев. В XIX веке общество поделилось на «русофилов» и «русофобов». Далее формирование образа России в Европе похоже скорее на «американские

горки». Взлеты – «Русская Америка», продажа Аляски, тема «Святой Руси» в годы Первой мировой войны, «оттепель», первый человек в космосе. Падения – революции начала XX века, Россия в качестве смертельного врага во Второй мировой войне, вторжение в Афганистан [89, 65].

Здесь же авторы характеризуют образ русского человека в сознании западной общественности в различные периоды истории. В целом отношение иностранцев к «русскому мужику» можно назвать достаточно противоречивым. Для кого-то он – мрачный и неопрятный, для других – трудолюбивый, терпеливый, руководствующийся духовными и моральными принципами. Именно таким многомиллионным крестьянством, по мнению посетивших тогда Россию американцев, а не руководящим составом, будет решаться будущее страны [89, 65]. Даже на фоне материального недостатка духовные ценности для русского человека остаются превыше всего. Поэтому в английских анекдотах мы видим советского космонавта, берущего в космос водку и спички, несчастного, не знающего, что такое стейк. Истории русофобии в книге отведена отдельная глава.

Кандидат политических наук Феклюнина В.С. в своей работе приводит цитату с американского форума: «Чем больше я читаю, тем яснее вижу, что Запад совершенно не заинтересован в экономическом развитии России». Эти слова с форума читателей на веб-странице ИноСМИ (онлайн-проект российского государственного информационного агентства РИА Новости) затрагивают интересный аспект российской политики и отношения России с западными странами - проблема русофобии, как утверждает тот же читатель, независимо от изменений обстоятельств в России в пост-советский период «Запад всегда относился к России одинаково» - закономерность, которую можно объяснить западной «дикой русофобией и корыстными интересами» [154, 91].

Тема русофобии не нова. За последние 170 лет его поднимали выдающиеся российские поэты и писатели, в том числе Федор Тютчев и Федор Достоевский; рассматриваются в научных работах как российских, так и западных ученых и регулярно упоминается в

российских (а иногда и западных) средствах массовой информации. Что интересно, однако, так это то, как эта тема стала значительно более актуальной во второй срок президентства Владимира Путина.

Как предполагается в академической литературе, Москва реанимировала пропагандистский троп «окружения» России - набор идей о внешних угрозах режиму, которые играли решающую роль в политике Советского Союза в 1920-х годах, но были более или менее отвержены после Второй мировой войны.

Нынешняя русофобия в западных СМИ не должна вызывать большого удивления. В эпоху холодной войны стереотип о суровых, не улыбкающих россиянах, ставших жертвами безжалостного авторитарного режима, который представлял экзистенциальную ядерную угрозу для Запада, стал основой повествования СМИ. Даже после окончания холодной войны русофобия продолжала влиять на отношение Запада к России.

Впервые термин «русофобия» ввел Ф.И.Тютчев. Употребляет он его в связи с революционными событиями в Европе 1848-49 годов. Само это понятие имеет основания, так как в этот период на Западе усилились настроения, направленные против имперской политики России и русских. Тютчева интересовали причины таких перемен. Они виделись ему в стремлении европейских стран вытеснить Россию из Европы если не силой оружия, то презрением [45].

Профессор истории в Индианском университете Саут Бенд Дмитрий Владимирович Шляпентох приводит в пример две книги, которые необходимо прочитать, чтобы понять значение современной американской внешней политики. Это "Столкновение цивилизаций" Сэмюэля Хантингтона и "Великая шахматная доска" Збигнева Бжезинского. Они показывают ясно, что «атлантизм» и «американизм» не могут жить в мире: американцы никогда не успокоятся, пока Евразия не будет уничтожена. «Атлантисты» использовали все возможные средства, чтобы уничтожить Евразийские державы, начиная от войн и заканчивая заговорами. В то время как разрушение Советского Союза было большим ударом

по Евразии, «атлантисты» не успокоятся, пока европейская цивилизация не будет уничтожена полностью [158, 388].

Весь негативный стереотип о России, а позднее о СССР, сохранялся вплоть до 80х годов XX века и вылился в заявление американского президента Рональда Рейгана перед Национальной ассоциацией евангелистов, в котором назвал СССР «империей зла».

Говоря о текущих отношениях двух стран и об образе современной России в американских СМИ, следует рассмотреть работу Т.В. Моисеевой, посвященную метафоричному изображению отношений России и США, а также глав двух государств, в прессе. Исследование сводится к обобщению всех метафор к трем группам:

- Отношения России и США – это игра;
- Отношения России и США – это мир природы;
- Отношения России и США – это семейные отношения.

Автор приводит в пример такие употребленные в прессе метафоры об отношениях стран, как «игра с нулевым результатом», «*Russia's bluff*», «*the warmings in the relations*», «над отношениями начали сгущаться тучи», «развод с долларом и быстрая помолвка с евро» [57, 12].

Также автор приходит к выводу, что в описании российско-американских связей в СМИ преобладают метафоры морбиального характера, вследствие чего политическая, социальная и экономическая действительность двух стран отражает кризисное, тревожное состояние общественности.

Существуют так же исследования, посвященные анализу лексики, используемой при описании образа России в американских СМИ. Отечественные исследователи резюмируют, что в западном медийном дискурсе в последние годы все чаще встречаются слова с этической оценкой. В большинстве случаев они показывают агрессию России в сторону других стран. Так, в одном выпуске *The New York Times* за взятый автором период были встречены слова: *threat* или *to threaten* – 24 раза (в 22 из них агрессором являлась Россия); *pressure* – 28 употреблений (в 23 случаях давление исходило от России). Встречаются

элементы, подчеркивающие враждебную настроенность государства, такие как *fierce, brutal, intense* [27, 137]. Автор приходит к выводу, что такое обилие военной лексики, вполне естественной для политического дискурса, характеризует агрессивный настрой России по отношению к другим государствам, и это вызывает опасение у западных стран.

Без внимания в американской прессе не остается и образ лидера России – президента Путина. Для его описания, по мнению Т.В. Моисеевой, в зарубежной прессе действительна модель «В.В. Путин – это президент загадка». Причиной этому является тот факт, что глава России ранее состоял на службе в КГБ, что крайне негативно оценивается американскими СМИ («*former spymaster*», «*policeman or a reformer*», «*a sinner or a saint*»). Морально-этическая позиция президента, часто не совпадающая с позицией запада, ассоциируется с суровым режимом Сталина («*...plunging the country back into the dark days of Stalinism*»). Такое явление американская пресса даже называет типичным для России [57, 20].

Таким образом, мы приходим к выводу, что интерес деятелей науки и общественности к Российскому государству как к участнику международных отношений восходит к IX-X векам. Однако, и образ современной России широко освещен различными отраслями науки: культурологией, политологией, PR-менеджментом. Тем не менее, неизменным остается изображение страны в зарубежных, в частности американских, СМИ. С давних пор Россия представляется европейской и заокеанской общественности агрессором, привыкшим разбираться в конфликтах военными действиями, в то время как все новые и новые появляющиеся политические столкновения, и участие в них России, подпитывают этот сложившийся образ.

Ранний современный период часто называют эпохой открытий из-за широкой экспансии западных европейцев во все части света. Этот термин, «Век Открытий», напоминает о появлении европейцев на Дальнем востоке, в части Африки, в западном полушарии. Гораздо реже упоминается, что Россия (особенно Москва) так же во многом была открытием тех лет.

Контакты, которые развивались между Россией и Западом в XVI – XVII веках уже давно представляют интерес историков, политологов и культурологов, которые, однако, исследовали их лишь с российской точки зрения, рассматривая эти контакты как первые шаги «вестернизации» России. Причина этому понятна: до 1700 годов российско-западные отношения не влияли на внутренние дела Европы, тогда как влияние Запада на общественные институты России приобретали все большее значение. Тем не менее, Россия так же представляла интерес для Запада, и ей были посвящены работы зарубежных исследователей, писателей и журналистов.

Американский философ Джон Квентин Кук исследовал образ России, который преобладал в сознании западной общественности в XVII веке. Он отмечает, что изначально европейцы помещали Россию на границу между Европой и Азией, но к концу семнадцатого столетия они включили большую часть царских владений в рамки Европы. Однако на протяжении этого периода западные писатели чрезмерно упрощали представления о социальном устройстве России, описывая его как общественный строй, четко разделенный на две части: знать и простолюдины, находящиеся в милости у своих титулованных господ. Такой образ создавал впечатление о России, как о стране с «неевропейским» строем. Согласно Дж. К. Куку, все западные писатели сходились во мнении, что русская культура так же не имела ничего общего с европейской, называя ее искаженной версией Византийской культуры. Подобное отношение, по его словам, частично объясняет критическое отношение европейцев практически ко всем аспектам русской культуры. Главным доводом здесь является то, что существует много общего между Россией и Западом. Если бы вся русская цивилизация была определено «неевропейской», вся несхожесть двух культур рассматривалась бы как различия и не более, а не как признаки варварства, греховности и безнравственности [129, 454].

Американский журналист и историк Уильям Генри Чемберлин, изучая страну изнутри, служил корреспондентом бостонской газеты «Christian Science Monitor» в Москве с 1922г. по 1934г. Полученные факты об истории, культуре,

политической и социальной обстановке в стране того периода он изложил в своих книгах «Советская Россия» (1930), «Русская революция 1917—1921 гг.» (1935) и др. При этом автор справился со своей задачей с невероятным успехом. Создавая картину страны в период революции и гражданской войны – период, полный смятения и беспорядка – он собирал воедино образ СССР, вплетая массу деталей в развивающиеся исторические процессы. Изначально Чемберлин являлся марксистом и имел просоветские взгляды. Поэтому во вступительной главе он исследует десять веков истории России, чтобы доказать, что «Гордиев узел классового и социального антагонизма... может быть разрублен только острым мечом революции» [127]. Следующие две главы дают интересные зарисовки периода пионеров революционной деятельности, революции 1905 и последующей Мировой войне. За этим следуют детали свержения имперского режима, история Временного правительства, отречение царя.

Выполняя миссию корреспондента, он создавал образ России для Запада в самое смутное ее время. Но во время работы он и сам меняет свое личное мнение о ситуации в стране, о режиме и революции.

О России в конце XX века писал один из американских журналистов Дэвид Ремник. Он является не только успешным медиа менеджером, но также самым известным публицистом, пишущим о России. За свою книгу «Могила Ленина: последние дни советской империи» в 1994г. Ремник стал лауреатом Пулитцеровской премии. Книга была издана по материалам, собранным во время поездки в Москву. Ремник проводит читателя через бурный 75-летний период коммунистического правления, ведущий к краху, и передает слова тех, кто пережил его, от демократических активистов до членов партии, от антисемитов до выживших после Холокоста, от Горбачева до Ельцина и Сахарова [71]. Дэвид Ремник искренне интересовался Россией, в особенности ее культурой. Так как Дэвид достаточно свободно говорил по-русски, он вполне мог понимать и анализировать тонкости английских переводов русских авторов и в этом отношении он часто выступает как истинный ценитель и профессиональный

эксперт. Ремник и сейчас, будучи главным редактором *The New Yorker*, является автором множества статей о взаимоотношениях России и США:

- «Джо Байден, Владимир Путин и тяжесть истории» (июнь 2021г.);
- «Байден продолжает курс Сахарова, а Путин — курс Брежнева» (июнь 2021г.);
- «Россия не хочет войны» (июнь 2017г.) и др.

Однако Америка географически далека от России, соответственно, далека идеологически, в своем образе и уровне мышления. О России же писали и те, кто был знаком с ее культурой, политикой и обществом не понаслышке. Берлинский историк, профессор Гертруд Пикхан, наглядно показывает, что интерес к России у нее пробудился еще в юношеские годы, когда она стала посещать курс русского языка в Дортмунде. Помимо знакомства с русской классической литературой, это были культурные контакты, поездки в Россию, где она открыла для себя русскую живопись, особенно творчество Левитана и Репина, любовь к которым движет ее исследовательским интересом и по сей день. Круг ее научных интересов широк. Она исследует не только русскую живопись историю Пскова, но и феномен свободно мыслящих маргиналов и творческих личностей в условиях тоталитарного государства.

Пикхан отмечает, что существует мнение об отсталости Восточной Европы по сравнению с европейской цивилизацией. Автор упоминает о теории «multiple modernities» Шмуэля Эйзенштадта, согласно которой могут существовать различные варианты трансформации общества и культуры, при этом не каждый из них приводит к модернизации европейского образца. По мнению автора, именно эта концепция позволяет рассматривать историю Восточной Европы без негативной проекции чувства превосходства западного человека. Однако с другой стороны Гертруд Пикхан не игнорирует «темную сторону» русской истории, не заостряя внимания именно на этих негативных сторонах, т.к. это может привести к формированию неадекватного образа людей, их исторически сложившегося мира и страны в целом [150, 43].

Так, Гертруд Пикхан выводит настоящее правило для моделирования в сознании образа той или иной культуры: принимая во внимание как положительные, так и отрицательные ее стороны, не сосредотачиваться предвзято лишь на минусах, но рассматривать картину культуры в целом.

Во все времена Россия была интересна не только ученым, но и писателям. Французские, британские, американские писатели посещали страну, описывали ее в своих произведениях, создавая, таким образом, в сознании своих читателей устойчивый образ.

Вполне знакомый нам образ русского рисует Джек Лондон в произведении «Исчезнувший браконьер». Малыш испугался враждебного чужака в лице русского, представляя его в виде «дикого медведя», и очень боялся угодить ему в «лапы». «Знаком» нам это образ не потому, что мы видим его каждый день в зеркале, а лишь потому, что «русский медведь» - это типичный герой всех подверженных стереотипам западных анекдотов про Россию.

Джон Стейнбек, посетивший Россию в 1947 году, отмечает, что главным отличием русского от американца или англичанина является их отношение к правительству. Стейнбек заметил, что русскому человеку с пеленок внушают безупречность всех действий власти, тогда как американец знает, что правительство нужно постоянно критиковать, только в таком случае оно может быть эффективным.

Многие писатели смогли так же отметить и увидеть нечто прекрасное в России. Например, Фредерик Бегбедер пишет о красоте русских женщин, считая ее несправедливой по отношению к женщинам всех остальных национальностей. Габриэль Гарсия Маркес удивлялся безграничному русскому гостеприимству, когда в дефицитное для Советского Союза время простая девушка подарила незнакомому немцу велосипед.

В литературе есть еще много примеров того, какой видели Россию и ее людей западные писатели. Литературный интерес к России появился в XVIII-XIX веках вместе с Астольфом де Кюстином и не угасает и по сей день. В наше же время образ России интересен в первую очередь журналистике. Современные

корреспонденты посещают страну и выпускают целые книги со своими заметками. Однако стоит отметить, что не столь велик интерес зарубежных культурологов к современной России. Таким образом, если и дальше не будет проводиться научное исследование культуры русского народа, существует опасение, что в общественном сознании европейцев так и будет существовать стереотипный образ русского, полученный со страниц газет или с экрана телевизора.

1.3 Образ России в контексте изучения парадигмы «свой – чужой»

На протяжении всей истории своего существования человечество состояло из различных социумов, каждый из которых имел свой уклад, образ жизни, мировоззрение. Таким образом, определенная группа людей, начиная с древних племен, обладала собственным культурным суверенитетом. Однако, жизнь в обществе невозможна без взаимодействия с внешним миром, и всякий социум вступал в контакт с другими группами. Вполне логично, что в процессе таких взаимодействий формировалось представление об остальных, «образ» чужих людей, стран, государств; положительный или отрицательный. Представлением участников культурного диалога друг о друге занимается имагология. В целом, предметом ее является понимание представителями разных культур «чужого». Появившись в 1920-е годы в социологии, наука была позаимствована французскими литературоведами в середине века, и получила широкое распространение среди других гуманитарных дисциплин [83, 122].

Истоками имагологии принято считать труды Жан-Мари Карре и его коллеги Мариус-Франсуа Гийара. Ж.-М. Карре писал о формировании образа немцев во французской литературе. Своей задачей он считал показать, как «оптические ошибки», допущенные французскими писателями, повлияли на видение Германии. Гийяр же обращался к имагологии в рамках компаративистики. Он отрицал необходимость изучения «иллюзорного» влияния одной литературы на другую в пользу понимания того, как формируются и существуют в сознании мифы о других народах [65, 251].

Компаративистика – еще одна наука, целью которой является сравнение и противопоставление образов разных культур (англ. “compare” - сравнивать). Имагология действительно имеет генетическую связь с данной наукой. Существуют так же мнения, что имагология является разделом компаративистики. С другой стороны, эти науки могут рассматриваться как два антипода. В культурологическом направлении основной задачей компаративистики является толкование основных концептов «Восток», «Запад», «Север», «Юг» как культурных феноменов, а также с точки зрения поиска путей возможного диалога культур. В качестве основного тезиса компаративистики стали слова философа Мартина Бубера, который заявлял о необходимости диалога Восточной и Западной культур.

Образ «чужого» закрепился среди интересов исследований таких авторов как А. Лортолари, Ш. Корбе, М. Кадо, Х. Дизеринк. Последний в 1966 году опубликовал статью «К проблеме «имиджей» и «миражей», и их исследования в рамках сравнительного литературоведения», которая легла в основу «Аахенской программы по имагологии». Дизеринк заявлял, что образ той или иной культуры не является предметом имагологии или компаративистики, пока этот «мираж» не начинает влиять на общественное сознание, создавая, таким образом, положительный или отрицательный вид другой страны.

Однако в своей статье Хуго Дизеринк утверждал, что для компаративистики, равно как и для исторической поэтики, важна структура, смысл и эстетический статус образа, приемы его создания в литературе. Имагологию же интересуют механизмы внедрения образов «Другого», созданных в СМИ, публицистике и прочих видах дискурса, в общественное сознание, а также превращение их в национальные стереотипы [73].

Подтверждает его слова и французский ученый Даниэль-Анри Пажо, призывающий не рассматривать национальный образ как реальный, так как имидж чужой культуры относится скорее к сфере воображаемого [68, 181].

В концепции Поля Рикёра «идеология» как форма репродуктивного воображения представляет собой социальные и культурные традиции и является

выражением нарративной памяти конкретного общества или социальной группы. «Утопия», как форма продуктивного воображения, меняет общество и мир и выражает надежды на лучшее, «новое» или «иное» альтернативное будущее. Они дополняют друг друга и связаны диалектически. Идеология способствует формированию и поддержанию так называемой нарративной идентичности, препятствует появлению патологических форм утопии. Утопия же служит критикой идеологии. Основываясь на этом философском утверждении, следует понимать литературные образы «чужого», с одной стороны, как формы репродуктивного или идеологического воображения, а с другой — как формы продуктивного, то есть утопического воображения. Литературные образы народов или этнических групп встречаются в основном как литературные персонажи. Идеологические персонажи выступают в качестве положительного или отрицательного контраста с конкретной этнической группой, нацией или культурой и выполняют восстановительную и интегрирующую функцию: утопические персонажи бросают вызов идентичности такой группы, нации или культуры [161, 2].

Польский имаголог Малгожата Свидерска в своей диссертации, посвященной изображению Польши в творчестве Ф.М. Достоевского, выделяет два взаимодополняющих характера «чужих», которых она называет «альтер» и «алиус». Альтер - это один из двух похожих, дополняющих друг друга «других»: он представляет идеологию определенной группы, нации или культуры. Алиус также является незнакомцем или иностранцем, но он находится за пределами мира определенной группы, нации или культуры. Альтер-персонажи строятся в основном как положительные или отрицательные этнические или национальные стереотипы, в то время как алиус-персонажи имеют преимущественно символические или мифические функции. Они субверсивны и подвергают сомнению идеологию определенной этнической группы или нации. Эти два типа литературных персонажей должны всегда интерпретироваться в их культурном контексте. Чтобы избежать путаницы, которая может возникнуть в результате ранней терминологии имагологии, Свидерска вводит понятие «имаготема». Некая

«чужая» имаготема может иметь идеологический или утопический характер и состоит из элементов, которые она называет «имиджемами». Они могут проявляться как литературные персонажи или как любой элемент определенной национальной культуры или детали, фигурирующие в тексте, например, имена художников, философов, писателей, политиков и других представителей определенной нации или этнической группы [161, 2].

Существует мнение, что близкие по культуре и менталитету народы, находят взаимопонимание и сохраняют дружеские отношения. На самом же деле редко можно найти подтверждение этому тезису. Индия враждует с Пакистаном со времен распада Британской колониальной империи, англичане находятся в напряженных отношениях с американцами, хотя и в их основе лежит англосаксонская культура; так и в Украине со времен «майдана» не утихает волна русофобства по отношению к России. Так, кажущиеся «родными» страны на практике приобретают друг для друга статус «чужого». Стоит ли ожидать дружеских отношений от народов с абсолютно разными менталитетами? Причина этого может крыться в теории американского антрополога Эдварда Холла о существовании высококонтекстных и низкоконтекстных культур. Согласно его книге “Beyond culture” в отношениях Россия – США, первая является высококонтекстной, а вторая - низкоконтекстной культурой [119, 119]. Здесь снова возникает проблема «своего» - «чужого». Но в годы «холодной войны» советский историк, этнолог, культуролог Л.Н. Гумилев сформулировал «принцип комплиментарности», который служит показателем положительного и отрицательного отношения стран друг к другу. Отец ученого - великий поэт Николая Степановича Гумилева, не единожды бывавший в иностранных экспедициях, сам неоднократно, таким образом, оказывался на стыке разных культур. Как отмечает Лев Николаевич, комплиментарность может быть, как со знаком плюс, так и со знаком минус. В таком случае имагология и является помощником в создании положительного образа. Чем больше мы знаем друг друга, тем лучше мы понимаем друг друга, и соответственно, тем лучше отношения между людьми, странами.

Несмотря на то, что имагология – достаточно молодая наука, это не значит, что вопрос создания образа того или иного народа не рассматривался вообще. Интерес к нему заложил Лоренс Стерн в своем «Сентиментальном путешествии» (1768г.), а также Николай Карамзин в «Записках русского путешественника» (1791-1794). Эти путевые заметки, впоследствии получившие название травелог, представили собой абсолютно новый жанр, наполненный философскими размышлениями, яркими образами героя. При этом в центре произведения стали находиться не изображения окружающей героя действительности, людей, быта, событий, а его отношение к этому миру. Авторы травелогов не отождествляли себя со своими персонажами. Для создания объективного образа, они ввели традицию сопоставлять нравы и традиции иных стран и народов с обычаями своих соотечественников.

Чаще всего, еще до встречи с представителями того или иного народа, в нашем сознании уже сформирован образ «чужой» страны. Важнейшими средствами в формировании имиджа того или иного государства являются литература и СМИ. Так в XIX веке благодаря Астольфу де Кюстину и его травелогу «Россия в 1839» на Западе сложилось мнение о России, как о мрачной, угрюмой стране, где народ безропотно повинуетя тирану-правителю. В этом народе он видел не цивилизованных европейцев, а варваров-татаров в медвежьих шкурах. «Ля Русси» маркиза Кюстина приобрела всеевропейскую славу. Короли Франции, Бельгии, Пруссии пожелали иметь свои собственные экземпляры. Напуганная растущим могуществом Российской империи, европейская знать вздохнула спокойно: де Кюстину удалось дискредитировать страну в глазах мировой общественности, явно принизив его социально-культурный уровень. Одну черту пронизательный Астольф де Кюстин отметил верно – скрытый, плутоватый взгляд и недосказанность, что и является характеристикой высококонтекстной культуры.

Более, чем через сто лет, в 1987 году, в аннотации к американскому изданию «Ля Русси» американский политик Збигнев Бжезинский пишет: «Ни один советолог ещё ничего не добавил к прозрениям де Кюстина в том, что

касается русского характера и византийской природы русской политической системы. В самом деле, чтобы понять современные советско-американские отношения во всех их сложных политических и культурных нюансах, нужно прочитать всего лишь две книги: «О демократии в Америке» де Токвиля и кюстинскую «Ля Рюсси» [146]. Так, маркиз де Кюстин одним из первых заложил основу образа России в общественном сознании.

Русская литература в свою очередь разрушила сложившийся негативный образ страны. Американцы знакомились с «загадочной русской душой» через работы Тургенева, Толстого, Горького. В творчестве этих русских писателей было что-то близкое американскому сознанию: изысканность традиций Тургенева, высокая мораль Толстого, внимание к «низам» Горького. Огромный отклик на Западе получили и работы Достоевского. Его «Преступление и наказание» до сих пор является настольной книгой всех американских юристов. Однако привлекает этот роман и простых читателей. Склонный к рефлексии западный народ смог найти ответы на свои вопросы в произведении Федора Михайловича, который так точно смог описать запутанный мир человеческого подсознания, осветив самые темные его уголки. Даже в наши дни русскими авторами зачитываются по всему миру. Американский портал Shortlist приводит подборку зарубежных знаменитостей-фанатов русской классики. Среди них Джим Керри (Ф.М. Достоевский «Преступление и наказание»), Дэвид Швиммер (Ф.М. Достоевский «Идиот»), Орландо Блум, Мартин Шин (Ф.М. Достоевский «Братья Карамазовы»), Джордж Клуни (Л.Н. Толстой «Война и мир»), Дэниэл Рэдклифф (М.А. Булгаков «Мастер и Маргарита») [98].

Проблема «свое - чужое» и во взаимодействии литературы разных народов. Здесь можно говорить о восприятии отдельного литературного произведения или же писателя в другой стране, что является актуальным для диалога культур.

Например, герои западной литературы воспринялись представителями русской интеллигенции как «свои». Мыслящей элите России оказался близок образ Гамлета с его размышлениями и нравственными исканиями. Григория Мелехова американские литературоведы окрестили «Степным Гамлетом», и даже

поэма «Страна негодяев» доподлинно русского поэта Сергея Есенина пронизана шекспировскими мотивами. Манеру Хемингуэя использовал в своих произведениях В. Аксенов, «русским Хемингуэем», однако, считался писатель-фронтовик В. Некрасов [40, 77].

Таким образом, возвращаясь к понятию «комплиментарность», стоит отметить, что этот процесс происходит на бессознательном уровне и формируется благодаря имиджу и образу страны и культуры: положительного или отрицательного. Значит, и имагология может повлиять на «комплиментарность» России и США. Русские говорят: «Врага надо знать в лицо». И это один из подходов к изучению другой культуры. В английском языке существует пословица “Seeing is believing” – «Увидеть значит понять». Чем больше мы увидим, тем лучше мы поймем «чужое», тем менее оно станет «чужим».

ГЛАВА II. ИМАГОЛОГИЧЕСКИЙ ОБРАЗ РОССИИ В МЕДИА ПРОСТРАНСТВЕ

2.1 Влияние исторических, политических и культурных стереотипов на формирование образа России

Познание своего собственного «Я», своей аутентичности, невозможно без обособления себя от остальных, своей культуры от культуры чужой. На этой почве и появляются стереотипы, которые в современном мире являются уже неотъемлемой частью массовой культуры. Авторы исследования «Введение в популярную культуру» Джек Нахбар и Кевин Лаузе выделяют стереотипы на основе пола, возраста, религии, профессии. Однако, самым распространенным является национальный стереотип. Сами по себе стереотипы имеют достаточно нейтральный характер, но при его переносе на группу людей или конкретного человека, они приобретают отрицательный оттенок. На основе таких стереотипов формируются такие явления как расизм, сексизм и прочее [145].

Сам термин «стереотип» впервые использовал американский журналист и социолог Уолтер Липпман в своей монографии «Общественное мнение» в 1922 году. Он употребил это определение, пытаясь охарактеризовать способы категоризации людей обществом. Липпман писал, что нам заранее преподнесены те или иные факты. Мы заранее знаем о каком-либо предмете еще до знакомства с ним. Нам рассказывают о мире до того, как мы его увидим. Но поскольку мир наш многогранен, а действительность слишком обширна, человеку приходится перестраивать реальность по простой, понятной ему модели. Однако, большее влияние на индивида имеет внешняя информация о событиях, нежели собственные его наблюдения. Поэтому в сознании человека происходит не просто упрощение, а стандартизация образов.

Будучи журналистом, Липпман утверждал, что упрощения, стереотипы необходимы. Он считал, что, например, редактору невозможно обойтись без «рутинных мнений» [50, 95].

С другой стороны, он разделял реальный мир и «картинки в голове», тем самым подчеркивая иллюзорный характер стереотипов. Такой подход, считал

журналист, значительно упрощал процесс мышления и познания: познания внешнего мира и, соответственно, самого себя.

Придя в социальные науки из типографского дела, где словом «стереотип» называли монолитную печатную форму, копию с типографского набора, термин оставил за собой самую суть – репродукция с оригинала. Целью создания стереотипа в типографии являлось упрощение набора текста. Так и деление людей на различные группы, дальнейшее суждение их согласно этим типам значительно упрощает восприятие. Таким образом, формирование стереотипов – это экономия собственных усилий, так как попытка увидеть нечто новое, за пределами установленных фактов, весьма утомительна, а для большинства людей, согласно Липпману, обречена на провал.

Стереотипы о русских регулярно появляются в СМИ. Устойчивые образы России прочно вписываются в рамки восприятия нашей страны и упрощают понимание ее действительности. Российская Федерация на страницах западных печатных изданий описывается страной-агрессором во главе с президентом-тираном. Главным символом России считается медведь. Так и сейчас многие иностранцы сравнивают страну с медведем, которого разбудили, он злится и готов напасть.

Интерпретируя результаты опроса среди немецких студентов, можно сделать следующий вывод: о России знают лишь то, что здесь много пьют, процветает коррупция, у людей низкий достаток, а президент контролирует в стране все. Однако, существуют стереотипы, подчеркивающие положительный образ страны. Например, в России самый лучший балет, русские очень гостеприимны и сильны в математике и физике.

Отрицательный образ и стереотип о России, а позднее о СССР, имел место вплоть до 80х годов XX века. Апофеозом такого откровенно негативного отношения к стране явились слова американского президента Рональда Рейгана. Выступая перед Национальной ассоциацией евангелистов, он назвал СССР «империей зла».

В XX веке Союз ассоциировался еще и с коммунистической идеологией. Именно коммунизм, по мнению Запада, представлял для них самую большую опасность. Угрожающим выглядел даже флаг СССР – ярко-красного цвета с «оружием» в виде серпа и молота.

Говоря о СМИ, можно отметить, что стереотипы о России и русских появляются так же и в рекламе. Например, иностранцы считают, что вся страна представляет собой вечную мерзлоту. Поэтому все компании считают своим долгом создать автомобиль, способный заводиться и функционировать в условиях постоянного мороза. Международная корпорация Google тем временем вспомнила, что русские очень любят читать. В своем рекламном ролике они использовали кадры кинохроники советского времени, изображающие очереди в книжные магазины.

Однако, не все люди готовы слепо следовать стереотипам о России. Британский журналист Джим Ковпак в своей статье «Сталин, водка и ядерное оружие: как не писать о России» объяснил неуместное употребление стереотипов о русских в журналистике. По мнению автора, пресса намеренно использует уже давно не являющиеся действительностью клише о стране лишь с целью привлечения внимания и воздействия на читателей. Многие из них употребляются неуместно. Например, западные журналисты часто используют отсылку к роману Л. Толстого «Война и мир». Ковпак считает, что это так же странно, как включать в любую статью о США отсылки к Твену или Хемингуэю, а говоря про Великобританию, постоянно вспоминать Конан Дойля [132].

Национальные стереотипы находили отражение в письменных жанрах еще задолго до появления журналистики и СМИ. Культурологической основой образа представляет собой травелог, воплощающий черты не только города, но и страны в целом, а также черты национального характера народа. Травелог, являясь по сути "записками путешественника" - достаточно древняя форма литературы. Купцы, мореплаватели во время своих странствий знакомились с новыми местами и культурами, познавая свою национальную идентичность, аутентичность, свое собственное "Я" [41,160].

Так, по мнению американского культуролога Д. МакКеннена главной причиной путешествий является «поиск самого себя в другом месте и времени, в чужой стране, истории, культуре» [41, 160]

Лоренс Стерн и его "Сентиментальное путешествие" становится феноменом литературы и культуры в целом. Главный герой произведения - не город и его архитектура, а чувства путешественника, его отношение к увиденному, в котором отражается быт, характер страны и ее людей, национальные черты. Персонаж Стерна Йорик, путешествуя по городам Франции, описывает различные бытовые сцены. При этом он завуалированно высказывает свое мнение по любому поводу [41, 161]. В лицах прохожих Йорик видит национальный характер целой страны, в поступках горожан – действия всего государства.

Среди русских авторов травелогов - Д.И. Фонвизин, Н.М. Карамзин, И.А. Гончаров, М.Е. Салтыков-Щедрин. О России же писал Астольф де Кюстин. В своей книге "Россия в 1839" он в достаточно русофобной манере описывает жизнь народа времен правления Николая I, а также процессы, вполне узнаваемые и сейчас: коррупция, бюрократия, пренебрежение народом. Здесь образ русского человека и России в целом предстает для западного читателя в невыгодном свете. Россия, по мнению Кюстина - это страна рабов, а постоянное подавление своих свобод и пресмыкание перед властью развило у народа особую черту - лукавство. Автор высокомерно заявляет, что Россия - "Страна фасадов", уверяя, что все в России является обманом [41, 174].

Труды Кюстина можно было бы назвать предвзятыми и субъективными. Однако, автор дает описание основных городов России: Москвы, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода – приводя их особенности, преимущества и недостатки. Кюстин наблюдает за строительством Исаакиевского собора, видя отраженные в его архитектуре страдания строителей. В гранитных набережных автор рассмотрел величие и красоту русского народа, а мосты Невы и вовсе затмили все недостатки города.

Таким образом, несмотря на то, что термин «стереотип» сформировался относительно недавно, само понятие существовало и раньше. При этом оно

находило отражение и в классической литературе, и в СМИ. С данным понятием так же неразрывно связан поиск своей национальной аутентичности, что, по сути, явилось толчком к созданию нового жанра – травелог.

С рождения люди впитывают определенный набор духовных ценностей от своих родителей, учителей, черпают из книг, газет, телевидения. Различные понимания того, что правильно и неправильно, приемлемо или нет, формируют целые культуры. Каждая нация в мире имеет свой набор ценностей. Несомненно, нельзя категорично заявлять, что те или иные качества присущи всем без исключения людям данной страны. Особенно это актуально в современном интегрированном обществе. Однако мы можем проследить различия в менталитете и видении мира разных культур.

Нет нужды заявлять о различии американской и русской культуры. Так же очевидна разница в системе ценностей двух наций. Говоря об американцах, выделяют следующие черты:

- индивидуализм;
- материализм;
- стремление к успеху в работе;
- неформальность;
- прямолинейность;
- различение общего и частного [99, 5].

В русской же культуре выделяют диаметрально противоположные ценности, такие как:

- духовность;
- коллективизм;
- стремление к справедливости;
- терпение и страдание;
- социоцентризм [30, 180].

В наше время все чаще говорят о диалоге культур, то есть об их взаимодействии и влиянии. Но по сей день самым распространённым способом знакомства с другой страной остаются средства массовой информации. В данной

статье рассматривается как русская культура, в том числе и то, как ценности русского народа представлены на американском телевидении: в кинематографе, телепрограммах, сериалах.

Несмотря на то, что большинство американцев не терпят каких-либо обобщений на свой счет, с лёгкостью выдают стереотипы в адрес иностранцев. Они достаточно часто проявляют патриотизм и считают свою страну самой лучшей. Поэтому мы можем увидеть в американских фильмах развешенные на домах флаги США, а гимн страны поётся с подлинным благоговением.

Говоря о любви русского человека к Родине, в советский период и даже в современные времена Российской Федерации она имела «николаевское» значение – верность государству и, конечно же, его главе. Здесь уместно вспоминается советский анекдот о большой и настоящей любви. К кому? К товарищу Сталину! Такое проявление патриотизма мы можем наблюдать в фильме Стивена Спилберга «Индиана Джонс и Королевство хрустального черепа» (2008г). Группа советских военных, возглавляемая учёной-фанатичкой Ириной Спалько, разыскивают древний артефакт, чтобы воплотить «мечту Великого Сталина!».

В то же время в менталитете американцев срабатывает так называемый «parochialism», то есть ограниченность интересов. Исторически у них сложились определенные клише о других народах, и они буквально не хотят «видеть дальше своего носа». Эти стереотипы с удовольствием муссируются в различных телевизионных шоу.

Данная особенность менталитета распространяется и на тот факт, что такую черту характера американцы примеряют и по отношению к другим национальностям. Подобное "местничество" для них означает ограниченность интересов всего остального мира. Вполне естественно, что антагонистами в такой ситуации снова выступают русские. В одной из серий уже культового американского сериала "Симпсоны" (The city of NewYork) главный герой Гомер отказывается от поездки в Нью-Йорк, критикуя город, хотя ни разу там еще не был. На что другой персонаж отвечает: "Гомер, не оскорбляй места, в которых ты не был! Так делают только русские". Возможно, такая реакция является

своеобразным намеком на закрытость границ СССР. Однако лучше всего эта реплика характеризуется русской пословицей о соринке в чужом глазу.

Существуют и противоположные примеры, в которых американцы не только принимают такую свою черту, но даже пытаются ее обличить и высмеять. Показательной является ситуация из фильма "Москва на Гудзоне" (1984г.), описывающего быт Советского Союза: дефицит, очереди, цензура. Герой Робина Уильямса - Владимир Иванов - саксофонист из оркестра советского цирка, во время гастролей в Нью-Йорк по иронии судьбы получает возможность сбежать и остаться жить в штатах. Там он и знакомится с чернокожим Дейвом и его большой семьей. Впервые увидев Владимира, старожил семьи удивляется: "Никогда не видел русских. Они все белые?" Учитывая тот факт, что в середине 1980х граждане Советского Союза уже начали посещать западные страны, такой вопрос можно обосновать только полным отсутствием интереса к внешнему миру.

Здесь же в образе советского человека мы видим другую черту, характерную скорее для американского народа - прямолинейность. Жители штатов не следуют традиционному европейскому этикету, привыкли выражаться без экивоков. Но в данном американском фильме Владимир Иванов, житель страны, в которой культура ценится превыше всего, на большой вечеринке громогласно объявляет, что ему нужно в туалет. Так же члены советской семьи радуются появлению в доме туалетной бумаги, так как по заявлению деда главного героя главное в жизни - поесть и сходить в туалет.

Д.С. Лихачев утверждал, что интеллигентность проявляется не в знаниях многих иностранных языков, путешествиях по миру, имении различных благ. Конечно, всего этого не было у советского человека. Однако, академик продолжал: "Я знал на Русском Севере крестьян, которые были по-настоящему интеллигентны. Они соблюдали удивительную чистоту в своих домах, умели ценить хорошие песни..."[51]. Такое утверждение опровергает образы русского человека, показанные в американских фильмах.

В современном мире царит настоящий культ карьеры. Продвижение по карьерной лестнице для современного человека стало гораздо важнее создания

романтических отношений, семьи, воспитания детей. Все большую популярность принимает движение «чайлдфри». Эти тенденции запада распространяются теперь и в России. Однако еще пару десятков лет назад семья занимала огромную часть в жизни русского человека. Вспоминая историю Российского государства, когда иметь всего одного ребенка считалось зазорным, большие фамилии проживали в родовых имениях, мы можем сделать вывод, что семья – одна из духовных ценностей русского народа.

В семью русские могут принять даже абсолютно незнакомого человека, как, например, коменданта Лассарда в очередной части «Полицейской академии: Миссия в Москве» (1994г.). Перепутав служебную машину с катафалком, комендант попадает к убитым горем родственникам, которые в свою очередь приняли американца за знакомого погибшего. Несколько дней полицейский из США проводит в русской семье, где к нему относятся исключительно доброжелательно: он накормлен, напоен и даже побывал на экскурсиях по Москве. Так, русский человек не только семейный, но и крайне гостеприимный.

Во времена Российской Империи существовал девиз «За Веру, Царя и Отечество!». Итак, на первом месте для офицера находился Бог. Русский человек крайне религиозен и набожен, особенно это справедливо для дореволюционного периода. В одной из серий американского сериала «Гримм» (2013г) появляется чудесный целитель Борис Мышкин, своеобразная аллюзия на Григория Распутина, а сами герои сериала называли его Кощеем. Здесь в речи русских героев обращения к Богу так и остались не переведенными. Поэтому англоязычные зрители слышат такие реплики как: *«Господи! I have told you!»*, *«Боже, you've killed him!»*.

Соединенные Штаты Америки как единое целое имеет относительно недолгую, по сравнению с европейскими государствами, историю. Тем не менее, за последний век "Новый свет" оказался одной из самых влиятельных стран мира. Соперничество "сверхдержав" объясняют постоянные конфликты США сначала с Советским Союзом, а теперь и с Россией. Политические коллизии между двумя странами широко распространяются на американском телевидении, в которых

обсуждаются и высмеиваются российские политики во главе с президентом. Самым громким международным событием за последнее время стало присоединение Крымского полуострова Россией, которое на заокеанских телеканалах озаглавили "аннексией", то есть присоединением "насильственным", согласно толковому словарю С.И.Ожегова [64, 25]. В связи с этим событием в американской телепрограмме «The Daily Show», представляющей собой пародию на аналитическую программу вкупе с юмористической составляющей, появился соответствующий сюжет. Говоря о полуострове, герои употребили слово "desk" как метафору для Крыма. Далее, пародируя Путина, эксперт программы заявил *"Nice desk! Putin wants this desk. Historically it's Putin's desk!"*. Действительно, основным аргументом возвращения Крыма являлся факт того, что исторически данная территория принадлежала Российской Империи. Однако, американцем не совсем ясно это понятие. Для большинства жителей штатов историческая территория находится далеко за океанами. Для русского человека история его государства - это его гордость и является одной из главных достоинств, в то время как у американцев она вызывает смех. Более того, одной из черт русского народа является гипертрофированное чувство справедливости. Именно поэтому россиянам так хочется вернуть то, что, по их мнению, по праву принадлежит им. Недаром после ситуации с Крымом в СМИ начали распространяться шутки о намерении России вслед за полуостровом вернуть себе Аляску.

В восьмидесятые годы прошлого столетия американский комик одесского происхождения Яков Смирнов вывел такое явление как «Russian reversal» или «Русский перевертыш». Шутка строилась на том, что в Советском Союзе все как в Зазеркалье подчиняется другим принципам, и строилась по схеме «В (нормальном мире) вы (делаете что-то). В Советской России (что-то делает) ВАС!». Неудивительно, что такое явление нашло отражение на американском телевидении. Говоря про тот же Крым, каламбур про «перевертыш» использовался в скетч-шоу «The tonight show with Jimmy Fallon». Пародируя разговор президентов США и России, «Обама» обвинил «Путина» в том, что он захватил Крым. На что «Путин» ответил: *«Do you know a comedian Yakow*

Smirnov? So technically Crimea invaded us!». Этот же принцип лежит в основе высказывания из вышеупомянутой «Полицейской академии», который уже стал крылатым выражением: «Американцы уходят, не прощаясь, русские прощаются, но не уходят» [153].

Таким образом, мы видим, что русские герои на американском телевидении представлены широко. Однако, говоря о ценностях, чаще всего эти персонажи наделяются чертами американского народа. В психологии существует так называемый принцип зеркала. Он проявляется в привычной для нас фразе «Не судите по себе». Хотя, заокеанские телевизионщики предпочитают игнорировать этот закон и русские для всего мира остаются настоящими злодеями.

Близость исторических судеб, одинаковые мировоззрения США и России стали причиной взаимного интереса двух стран друг к другу. Мнение американцев о Советской России складывалось в общественном сознании в результате разворачивающегося диалога культур и менялось под влиянием политических, философских и эстетических подвижек [75, 78].

США на протяжении истории являлись мощным противником России на мировой арене в борьбе сверхдержав. В связи с этим взаимоотношения двух стран имеют устойчивый политический подтекст. Это является причиной того, что реальный образ России в Америке нередко подвергается идеологической корректировке [73, 79].

XIX век для обеих стран проходил под знаком дружбы и общности целей. У них были общие интересы: освоение Тихого океана, отмена крепостного права и рабства. Вплоть до 20х годов XXвека, а особенно после революции 1917 года, Америка спокойно принимает советских эмигрантов. Дальнейшие исторические события запускают процесс формирования «образа врага», который не прекращается и сейчас [75, 37].

XX век Россия переживала с грузом накопившихся и вновь образующихся проблем. Мировые и внутренние войны и конфликты сильно тормозили развитие страны на фоне остальных мировых держав. Однако, две мировые войны, революции, гражданская война и авторитарный режим, вносящие коррективы в

политический курс государства, а также в целом изменившие общественно-политическую ситуацию в стране, были заглушены патриотическим духом [93, 303].

В 1921 году была установлена «новая экономическая политика», в условия которой среди прочего входили поддержка предпринимательства, установление внешней торговли и привлечение иностранных инвестиций. Результаты нэп оказались успешными: наблюдался прирост промышленной продукции, Россия стала интересна на мировом рынке. В то время как в СССР больших успехов достигала первая пятилетка, в Соединенных Штатах развивался экономический кризис. Это заставило американцев задуматься над несовершенством политической системы США и стало предпосылкой развития новой ступени советско-американской связи [75, 82].

Внешняя политика первой половины XX века была достаточно противоречивой. Россия, находясь в плену марксистско-ленинской идеологии, разрывалась между необходимостью поддерживать мировую революцию и стремлением установить дружеские отношения с капиталистическим миром. В 20-е же годы среди общественности утвердилась другая идеология, согласно которой Россия слишком долго была единственной социалистической страной на мировой арене. Поэтому в образ России в то время определялся моделью «СССР – осажденная крепость» [93, 314].

Такая модель выделяла Россию среди остального мира. Так, в американском фильме 1939 года «Ниночка» главная героиня фильма произносит фразу: «America is perfect, but Russia is better. Why? – You ask. Because Russia has a soul! » В реплике прослеживается обособление «духовного», но нищего по сути государства от, казалось бы, такой «идеальной», но бездушной страны. После революций в России в Америке оказалось много русских мигрантов. Стране пришлось принять много беженцев. Большинство из них получали работу с невысоким доходом и оставались по сути теми же бедняками с «богатой русской душой». Для американцев, имеющих капиталистический склад ума и

вкладывающих подобное пафосное заявление в уста девушки, не имеющей за душою ни гроша, звучит, по меньшей мере, саркастично.

К тому же, приоритетным направлением внешней экономики на тот момент являлась Германия. Ситуация изменила направление только после прихода к власти фашистов. В связи с напряженными отношениями с немцами, в СССР произошло переориентирование внешней политики на страны с западной демократией.

В 40-е годы мир сотрясала война, а затем странам предстояло долгое восстановление. Победа Советского Союза позволила впервые за многие годы сменить образ врага на победителя. Однако, такой положительный имидж просуществовал недолго, и после уничтожения фашизма возродились старые противоречия между странами антигитлеровской коалиции. Апофеозом прозвучало заявление президента Трумэна в 1945 году, о том, что победа в войне “поставила американский народ перед необходимостью править миром” [93, 317]. Так, в отношениях СССР и США вновь наметилась полоса недоверия и враждебности. Русские снова приобрели образ врага, а вскоре наступил период «холодной войны».

В 40-50е годы сохранялось состояние конфронтации двух стран. Потепление выпало лишь на 60е годы в связи с провалом политики «маккартизма». К тому же, в этот период советский премьер Н.С. Хрущев достиг взаимопонимания с американским президентом Д. Кеннеди, что дало основание развитию Советско-американских отношений [75, 87].

Аллюзия на политические отношения между Н.С. Хрущевым и Д. Кеннеди также встречается в тексте песни британской музыкальной группы Queen. В конце 50х - начале 60х годов XX века человечество буквально стояло на пороге самоуничтожения. Этот период истории получил название "Карибский кризис". Одним из шагов по пути к мирному сосуществованию СССР и США является встреча в Вене глав государств. Текст же песни посвящен героине, которую сравнивают с французской королевой Марией-Антуанеттой:

...*"Let them eat cake", she says*

Just like Marie Antoinette

A built-in remedy

For Khrushchev and Kennedy...

Так, слова о героине песни, как о "спасительном средстве для Хрущева и Кеннеди", дают намек на "полюбовное" решение Карибского кризиса.

Тем не менее, в русские в качестве врага сразу нашли свое отражение в литературе, а затем и в кинематографе. Уже во втором фильме про шпиона Джеймса Бонда «Из России с любовью» (1963г) по одноименному роману Яна Флеминга, вышедшему еще в 1957г. Главные герои сталкиваются с антагонистом в лице русского генерала Грубозабойщикова.

Мировая общественность не желала принимать русского человека героем. Запад продолжал видеть негативный образ советского гражданина. Так, например, и русская героиня в очередной «бондиане» не отличалась особой порядочностью: она безо всякого зазрения совести крадет ложки в ресторанах и беспрекословно выполняет приказ безнравственный приказ соблазнить незнакомого мужчину. Имя же данной героине писатель подобрал самое российское – Романова. Несмотря на то, что монархия в России была свергнута на тот момент уже почти полвека назад, стереотипы и ассоциации были живы в сознании общественности и в годы «холодной войны».

В постбиполярную эпоху наметился ряд изменений, направленных на трансформацию отношений России и США. Изменение акцентов внешней политики Штатов в 80е года определили начало первого этапа, когда президенты Р. Рейган и Д. Буш рассмотрели интерес к советской «перестройке». Главы двух стран сочли возможным преобразить конфронтацию на почве общих интересов в кооперацию, превратить советско-американское соперничество в партнерство.

СССР так же был готов к союзу, что подтверждалось новым внешнеполитическим курсом М. Горбачева – Э. Шеварнадзе. Поддержка материализовалась в выгодном для Америки свете – демократическое общество с соответствующей внешней политикой. Госсекретарь США Дж. Бейкер в марте

1990 г. заявлял: “Мы заинтересованы в перестройке, которая выходит за пределы геополитики. Если результатом перестройки станет более демократическое и открытое советское общество с правами индивидов и экономическим прогрессом, то ее воздействие на советскую внешнюю политику в течение долгого времени будет исключительно полезным. Демократия в Советском Союзе, на мой взгляд, является лучшей гарантией конструктивного советского подхода к международным проблемам” [17,6].

Уже в начале 1990х годов президент России Б. Ельцин выдвинули новый политический курс. Теперь Америка воспринималась союзом, как «модель и друг». Будучи бесспорным лидером запада, США рассматривались в качестве единственного союзника.

Период симпатии незамедлительно нашел отражение на телевидении. Когда жители Советского Союза стали знакомится со Штатами, появился фильм «Москва на Гудзоне» (1984г.). Картина повествует о саксофонисте Московского цирка, прилетевшем в составе труппы в Нью-Йорк, где и решил остаться и не возвращаться в СССР. Ситуация могла бы рассматриваться как сигнал, что США готовы принять советского человека в качестве друга и новой родины. Мешают этому только кадры, описывающие был Союза: дефицит, очереди, цензура.

Возможно, это уже можно было считать первыми сигналами рушения иллюзий СССР касательно западных субсидий, поддержек и дружбы с Америкой вообще. Все это привело к состоянию «холодного мира» между двумя странами. Начиная с 90х годов, к России вернулся образ врага американцев, который сохраняется и по сей день. Сегодня состояние взаимоотношений России и США колеблется между избирательным сотрудничеством и избирательным участием. Американский институт изучения общественного мнения Гэллага приводит статистику 2016 года, в которой говорится, что на тот момент «Россия для американцев представляет меньшую угрозу, они видят ее менее негативно», чем, например, в 2015 году [162].

Колебания происходят не только в желании или нежелании сотрудничества США с Россией. Происходят подчас ежедневные изменения отношения

американцев к русским и стране в целом. Новые мировые или внутренние события порождают все новый образ России, и общественность склоняется к положительному или, чаще всего, негативному видению страны.

Обращаясь вновь к исследованиям Д.В. Шляпентоха, можно сделать вывод, что образы друзей, врагов и интересов в незападных традициях и интерпретациях следует оценивать осторожно, поскольку то, что кажется очевидным, на самом деле может быть иллюзорным, нуждающимся в расшифровке, в некотором смысле. Примером может служить евразийское или геополитическое проявление, которое всплыло после украинских событий. На первый взгляд, это связано с чувствами американских и связанных с ними британских лидеров по поводу возродившихся имперских амбиций России, которые могут привести к прямому военному вмешательству России или, по крайней мере, угрозе ее военного вмешательства [158, 397]. В настоящее время, по словам Шляпентоха, Кремль также довольно осторожен в своей геополитической позиции, поэтому нет причины с уверенностью заявлять о статусе политических, социальных и культурных отношений между Россией и США.

2.2 Понятие медиа образа и Россия в американских СМИ

Все более актуальным в последние годы становится вопрос национальной и культурной идентичности, осознание собственного «я». Но культурная идентичность не подталкивает к обособлению от остального мира, наоборот, является одним из определяющих факторов формирования межкультурной коммуникации. Так, она представляет собой некую совокупность качеств, вызывающих в нас положительные или отрицательные чувства к тем или иным культурным явлениям, людям, странам. Современный век – это век глобализации, век стирания границ между государствами, языками и культурами. Тем более важным становится поддержание собственного имиджа для формирования в общественном сознании положительного образа человека, как представителя той или иной культуры, как жителя той или иной страны, а следовательно – формирования образа целого государства. Познавая чужую культуру, мы не

можем не касаться такого понятия как «образ страны» - субъективное видение страны представителями других государств и культур. Такой образ формируется в массовом сознании под влиянием неких факторов: стереотипов или имиджа, сложившимся в средствах массовой информации.

Действительно, в век цифровых технологий и информационных войн, СМИ играют важнейшую роль в формировании имиджа страны. Поэтому основным понятием становится не просто «образ», а «медиаобраз» страны – «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, полученной из СМИ» [16, 1]. Чаще всего именно «эмоциональные» представления преобладают как в массовом сознании, так и при формировании субъективного, а иногда и заведомо ложного образа той или иной страны.

Уильям Джон Томас Митчелл, профессор службы английского языка и истории искусств Чикагского университета и редактор журнала «Критическое расследование», заявляет, что, хотя интерес к понятию имидж в современном мире значительно угас, только не оттого, что теперь полностью стала ясна его природа. Для современного культурного критицизма является вполне банальным то, что образы обладают такой силой, о которой и не мечтали древние идолопоклонники. Кажется вполне очевидным, что вопрос о природе образа уступает только проблеме эволюции языка. По мнению Митчелла «образность» стоит понимать как один из видов языка. Вместо того, чтобы представить открытое окно с видом на весь мир, любое изображение теперь рассматривается как своего рода знак, который представляет собой «обманчивое явление, скрывающее непрозрачный, искаженный процесс, идеологическую мистификацию» [171, 5].

Говоря о взаимоотношениях России и США, нельзя отрицать, что эти страны, несомненно, являются сверхдержавами и занимают лидирующие позиции на международной арене. Однако из-за ряда исторических, политических и культурологических причин между странами существуют некие разногласия. Одна из предпосылок конфликтов - негативный образ России, формируемый в

американском медийном дискурсе: СМИ, кинематограф, телевидение. Поэтому одним из путей устранения разногласий между странами видится в формировании адекватного образа государства в общественном сознании.

Россия часто становится героем американской прессы. Не менее часто о России упоминается в фильмах, сериалах и ТВ-программах. На современном американском телевидении едва ли найдется программа, где не было бы русских героев. Чаще всего эти образы комичны и повторяют все стереотипные мнения о русских: пьющие, привыкшие к холоду, неотесанные «мужланы». С другой стороны, так же популярен образ русского - шпиона, русского - бывшего КГБ-шника, русского - наемного убийцы (Наташа Ченкова «Солт» 2010, Иван Ванко «Железный человек - 3» 2010). Возможно, данный образ восходит к образу президента России Владимира Путина, который, как известно, является бывшим разведчиком КГБ.

В настоящее время популярными являются сериалы о политике. Репутация Владимира Путина как политика способствовала тому, что Россия также нашла отражение в этих сериалах. Наиболее известным является снятый в жанре политического триллера сериал «Карточный домик» (2013-2018г), повествующий об интригах и переворотах, происходящих среди «верхушек» политической власти. Главной аллюзией на российскую политику является, конечно же, президент Виктор Петров – циничный, пьющий водку КГБ-шник, не имеющий ничего против лиц нетрадиционной ориентации. В споре с президентом США высказывает свой главный аргумент о том, что он должен «показать свою силу». Его оппонент в сериале отмечает, что у Петрова «нет оппозиции на выборах», он точно знает «как закончатся каждые выборы». Так в общественном сознании людей Запада складывается образ народа, полностью подчиненного власти, неспособного пойти против системы. С другой стороны, Петров отмечает, что «религия и традиция у народа в крови». Данные слова героя не лишены здравого смысла, так как первое, что отмечают иностранцы, приехавшие в Россию – это огромное количество храмов и преданность традициям: в гостеприимстве, еде, празднованиях.

Однако фильмы, сериалы и различные ТВ-программы носят развлекательный характер, наивно ожидать создание объективного образа русского народа в подобном дискурсе, в то время как журналистика, например, призвана отражать правдивую реальность. Так как одним из наиболее распространенных видов журналистики остается пресса, пусть и не в печатном, а в электронном виде, является целесообразным рассмотреть образ России, формирующийся в популярных американских газетах: *New-York Times*, *Bloomberg*, *The American Conservative* и т.д.

Возвращаясь к вопросу о роли СМИ в формировании образа другой страны, можно обратиться к книге Маршала МакЛюэна «*Understanding Media*», в которой он высказал несколько провокационных мыслей. МакЛюэн пишет, что сами средства массовой информации гораздо важнее любого контента, который они несут. Действительно, по его словам, каждое средство массовой информации, такое как печать или вещание, определенным образом физически воздействует на центральную нервную систему человека. Средства массовой информации влияют на то, как работает мозг и как он обрабатывает информацию. Они создают новые модели мышления и поведения. Оглядываясь назад, МакЛюэн обнаружил, что люди и общества формировались доминирующими средствами массовой информации своего времени. Например, утверждал МакЛюэн, люди и общества эпохи печатного станка были сформированы этим средством. И, по его словам, электронные средства массовой информации по-новому формируют людей и общества [139, 10].

Одной из единиц медиа дискурса являются печатные издания, в частности газеты, которые были и остаются одним из источников информации, влияющей на формирование образа «чужой» культуры. Однако, в прессе существуют различные жанры, имеющие свои особенности, функции и задачи. Поэтому логичным и оправданным видится рассмотреть, какой образ России формируется в различных печатных изданиях.

Вся пресса делится на две большие категории: качественная пресса и бульварная. В словаре терминов журналистики и средств массовой информации

Б.Н. Лозовского качественная пресса (quality paper— брит, солидная газета) – это издания, рассчитанные на высокообразованного читателя со средним и высоким доходами» [52, 104]. Бульварную прессу, в свою очередь, чаще называют «желтой». Характерной особенностью подобных изданий являются «сенсации; преувеличение, использование превосходных степеней; крупные, кричащие, интригующие заголовки; ... конфликтная, агрессивная форма подачи материала; употребление сниженной лексики...» [52, 66]. В то же время А.В. Прытков, исследуя качественную и бульварную прессу в системе СМИ, высказывает мысль о том, что нельзя выделять «качественную прессу», как тип издания, так как любое издание может быть «качественным», не являясь при этом достаточно серьезным и надежным [70, 213].

В английском языке выделяются понятия «broadsheet» и «tabloid». Несмотря на то, что деление на данные типы газет зависит от формата печати (*broadsheet* имеет широкоформатную печать, *tabloid* имеет компактный размер страниц), за ними закрепилась также и качественная оценка напечатанного материала. За широкополосными газетами давно закрепилась репутация серьезных изданий, печатающих новости в сфере экономики, бизнеса, международных отношений. Таблоиды же, по признанию большинства ученых, являются синонимом «желтой» прессы. Более того, в современный век цифровых технологий печатные издания теряют свою популярность, переходя на цифровые платформы. Уже не имеет значения формат печати, но понятия *broadsheet* и *tabloid* прочно закрепили свои значения.

Различать прессу по качественному признаку стоит еще потому, что они имеют разные целевые аудитории, имеющие разный уровень образования и социальный статус. Соответственно, и образ другой страны и культуры может формироваться по-разному. Например, в одной из статей Американского журнала социологии авторы одной из статей сообщают о сильной и систематической связи между статусом и читательской аудиторией газет, что согласуется с ожидаемой связью между статусом в классическом веберовском смысле, с одной стороны, и культурным уровнем, и образом жизни, с другой. Эта связь сохраняется в модели

мультиномиальной логистической регрессии, в которой авторы учитывают, среди прочего, уровень образования, который служит показателем способности респондента обрабатывать информацию [107]. Наконец, авторы сообщают о результатах, которые указывают на то, что влияние статуса на читательскую аудиторию газет, как правило, более важно, чем влияние класса.

Среди наиболее серьезных американских изданий можно выделить USA Today, The New York Times, The Wall Street Journal, Los Angeles Times, New York Post, Chicago Tribune, Washington Post.

Говоря о New-York Times, Россия довольно часто находит свое отражение в новостной ленте данного издания. За период с 1 по 11 ноября 2019 года этот бродшит опубликовал 7 статей о социально-политической ситуации в России. Ключевым словом большинства статей является «вмешательство»: вмешательство России в Brexit, вмешательство России в выборы на Мадагаскаре и в войну в Ливии [170]. По-прежнему актуальными остается вопрос о ядерном оружии. Так же газета New-YorkTimes освещала громкое дело об убийстве студентки петербургским профессором Олегом Соколовым [100].

Один из ведущих поставщиков финансовой информации – издание Bloomberg, за указанный период освещал дело об осужденной за контрабанду израильянку, о котором упоминалось во время переговоров Владимира Путина и Биньямина Нетаньяху [121]. Одна из статей была посвящена своеобразной шутке Сергея Лаврова о предстоящих выборах в США: на вопрос журналиста о том, как Россия готовится к выборам, глава МИД ответил, что «мы решим эту проблему» [123].

На примере The Wall Street Journal также можно рассмотреть тенденции формирования образа России в общественном сознании американцев. В 2021 году всего было опубликовано 1856 статей о событиях в России или каким-либо образом касающихся России, так как американское издание не интересуется процессами, происходящими в чужой стране, они освещают мировые события. И, конечно, Россия, как одна из мировых держав, является участником таких процессов.

Итак, почти две тысячи статей принадлежат к разным разделам, но подавляющая часть публикуется с пометкой «politics» (политика) или «world» (мировые новости). Ключевыми темами статей о России являются Омикрон («U.S., European Countries Report Record New Covid-19 Cases», рус. «США И Европейские страны сообщают о новых рекордных случаях заболевания Covid-19»), военные неудачи («Why Did the ‘Evil Empire’ Collapse?», рус. «Почему рухнула “Империя зла”?»), Украинский кризис («Biden, Putin Warn of Danger to Relations if Ukraine Crisis Escalates», рус. «Байден и Путин предупреждают об опасности для отношений в случае эскалации украинского кризиса»). Основываясь на данных заголовках можно сделать вывод об образе России, который навязывается прессой ее читателям. При этом, судя по тому, насколько часто используется выражение Рейгана «империя зла», мнение американцев за сорок лет несколько не изменилось.

Примечательно, что при архивном поиске по слову «Russia», попадаются статьи с подобными заголовками: «The Best Vodkas for the Holidays, Plus 10 Festive Cocktail Recipes», рус. «Лучшая водка для праздников, а также 10 Рецептов праздничных коктейлей» [101]. Ни в самом заголовке, ни в статье нет информации или отсылок к русской культуре. Однако, судя по всему, водка настолько прочно ассоциируется у американцев с Россией, даже выпивая коктейль любой гражданин США незамедлительно начинает думать о «далёкой и снежной».

Не менее комичными выглядит и следующий заголовок уже другого издания – Washington Post: «Borscht, pierogi and community: A revolutionary Russian restaurant nears its last days», рус. «Борщ, вареники и сообщество: революционный русский ресторан приближается к своим последним дням» [143]. Какая связь между национальной русской кухней и революцией в настоящее время? Ответом на данный вопрос является стереотип. После революции Россия пережила уже целую веку истории, но в сознании американцев прочная связь между русскими: людьми, ресторанами, блюдами – и событиями вековой давности.

Однако другой стереотип о русских – гостеприимство – выразилось уже в другой статье раздела «Еда» еженедельника «Вашингтон пост». Статья носит заголовок «This one-bowl Russian apple cake reminds us of hospitality in difficult times», рус. «Этот русский яблочный пирог в одной чаше напоминает нам о гостеприимстве в трудные времена» и представляет читателям рецепт популярной русской выпечки [140]. Это единственная статья, имеющая как минимум нейтральную, а скорее – положительную оценку в адрес России, так как даже отмечая успехи России в той или иной сфере, американская пресса скептически относится к триумфам и достижениям другой страны. Например, статья о новой российской вакцине носит заголовок «Your questions about covid, answered: Is there reliable data about Russian vaccines?», рус. «Ответы на Ваши вопросы о covid: Есть ли достоверные данные о российских вакцинах?». Американцы мало доверяют прививке, учитывая даже то, что она может помочь людям по всему миру [120].

Во внутренней политике США в 2021 году произошли серьезные изменения: на выборах президента победил Джо Байден. В связи с этим стали нарастать новости о вмешательстве России в американские выборы. Об этом пишут в статьях с животрепещущими заголовками: «U.S. government and energy firms close ranks, fearing Russian cyberattacks», рус. «Правительство США и энергетические компании сближают ряды, опасаясь российских кибератак »; «Biden Administration Orders Federal Agencies to Fix Hundreds of Cyber Flaws», рус. «Администрация Байдена приказывает федеральным агентствам исправить сотни кибератак»; «Will Biden Respond to Latest Russian Ransomware Attacks? », рус. «Отреагирует ли Байден на последние атаки российских программ-вымогателей?» и др. Но в определенный момент американская пресса обратилась к истории и напомнила читателям, что Дональд Трамп - не первый политик, призывающий к иностранному вмешательству. В статье Вашингтон Пост под заголовком «Election meddling in Russia: When Boris Yeltsin asked Bill Clinton for help», рус. «Вмешательство в выборы в России: Когда Борис Ельцин обратился за помощью к Биллу Клинтону» авторы писали о том, когда и России была необходима помощь США в выборах [157].

В противовес качественной широкоформатной прессе находятся таблоиды, выполняющие иную функцию – развлечение читателей. Наиболее популярными американскими таблоидами, которые в США называются просто «жёлтой прессой», являются *The New York World*, обязанный своим появлением Джозефу Пулитцеру, и *New York Journal*. Данные издания имеют совсем другие разделы. Здесь отсутствуют колонки, посвященные внешней политике, экономике и финансам, климату и окружающей среде. Основные разделы «бульварной прессы» - это «развлечения», «юмор», «культура», «видео и подкасты».

Тем не менее, американские таблоиды не обходят политические темы. В архиве *The New Yorker* за 2021 год, например, есть статьи, посвященные встречам американского президента Джо Байдена с президентом России Владимиром Путиным: «Joe Biden Just Had a Summit with Vladimir Putin and Nothing Crazy Happened», рус. «Джо Байден встретился с Владимиром Путиным и ничего безумного не случилось» [114]; «Vladimir Putin Has a Message: “Hey, Joe, Are You Listening?”», рус «У Владимира Путина сообщение: “Эй, Джо, ты слушаешь?”» [115]. Ироничный строй этих заголовков указывает не только на напряженные отношения между лидерами России и США, но и характеризуют Владимира Путина, как доминирующую сторону переговоров.

Довольно часто *Нью-Йоркер* вспоминает советские страницы истории России. Такие статьи и даже заголовки наполнены концептами, присущими временам Советского Союза. В одной из статей автор рассказывает о первом афроамериканце, погибшем в Гулаге («A Black Communist’s Disappearance in Stalin’s Russia», рус. «Исчезновение черного коммуниста в сталинской России» [173]).

Однако, в отличие от широкоформатных серьезных изданий, американская бульварная пресса уделяет достаточно внимания русской культуре. В 2021 году *Нью-Йоркер* освещал и выставку Василия Кандинского в музее Гуггенхайм («Choose Your Own Kandinsky Adventure at the Guggenheim», рус. «Выбери свое путешествие по Кандинскому в Гуггенхайме» [173]); открытие нового аутентичного ресторана русской кухни, который, по сравнению с показными

заведениями в русском стиле, уделяющий основное внимание превосходной еде, «приносит своего рода духовное облегчение» («Taking Care with Babushka Classics, at Tzarevna», рус. «Классические блюда от бабушки с заботой в Царевне» [131]); вновь сыгранную оперу «Царь Эдип» Игоря Стравинского в театре Лос-Анжелеса («Stravinsky's Plague Opera», рус. «Чумная опера Стравинского» [152]); а также раскрывал загадки таинственной русской Арктики в фотопроекте («Four Stories From The Russian Arctic», рус. «Четыре истории из русской Арктики» [111]); и даже выразил признание Андрею Тарковскому, советский режиссеру, который даровал новый взгляд на мир. При этом автор статьи признал, что на фоне внушающих благоговейный трепет образов его склонность к националистическому мистицизму может приобрести зловещий оттенок («The Drenching Richness of Andrei Tarkovsky», рус. «Потрясающее богатство Андрея Тарковского» [151]).

Судя по заголовкам, американцам крайне трудно воспринимать Россию и русскую культуру в отрыве от политики. Даже статья о вакцине, разработанной в России и поставляемой по всему миру с целью победить пандемию, авторы статьи Нью-Йоркера видят ни что иное, как очередную гонку. Статья при этом иллюстрировалась изображением, на котором кончик иглы шприца поравнялся со шпилем Спасской башни Кремля на фоне «красного зарева» в виде молекулы коронавируса («The Sputnik V Vaccine and Russia's Race to Immunity», рус. «Вакцина "Спутник V" и гонка России за иммунитетом» [174]).

Так, независимо от формата и целевой аудитории издания, американская пресса уделяет много внимания политическим отношениям с Россией. Но, в отличие от широкоформатных серьезных газет, в, так называемой «жёлтой прессе», авторы предпринимают попытку познакомить читателей с русской культурой: живописью, музыкой, фильмами.

Стоит отметить резкое увеличение статей в любой американской прессе в связи с началом Украинского кризиса, в которых главную роль играет, конечно же Россия. Причину этому можно найти в работе немецкого социолога, создателя оригинальной теории общества Никласа Лумана «Реальность масс-медиа». Он

констатирует, что при интеракции, в том числе и в масс-медиа, экономия и темп коммуникаций всегда соотносятся со смысловыми комплексами. Как результат не может быть достигнут тот смысл, который был заложен для понимания изначально [54,122].

Луман, предполагает, что эмпирическое исследование должно проводиться в той сфере, которая призвана отображать реальность, то есть в сфере новостей и репортажей. По его словам, в этой области воздействуют факторы селекции информации, направленные на дисконтинуальность и конфликт. При этом, если, говоря об этих факторах, понимать двухсторонние формы, логично предположить, что одна из сторон остаётся неосвещенной. В таком случае в изображении общества выявляются разломы, связанные либо со временем, либо с социальным измерением. В подобных случаях профессиональная необходимость журналистов, репортеров и других массмедийных дизайнеров - склонить реципиентов к выбору беспокойства, нежели покоя [54, 123].

Примечательно, что, по словам Лумана, общество под давлением подобного выбора со стороны само требует от себя каких-либо изменений, которые приводят к «проблемам, требующим решений, которые порождают проблемы, требующие решений» [54, 123]. Так, можно прийти к выводу, что общество само создаёт темы, которые в дальнейшем подхватываются и воспроизводятся различными масс-медиа. Луман подчеркивает, что данный процесс может компенсироваться только «предпочтением масс-медиа моральных оценок». Он также применяет термин «Fernsozialisation» или «moral intelligence» применительно к американским отношениям. Данный эффект призывает сопротивляться трудностям и при необходимости идти против правил. Луман утверждает, что в подобных конфликтах, масс-медиа «определяют способ прочтения мира» [54, 124], то есть именно СМИ формируют образ другой страны и культуры.

Период холодного противостояния СССР и США закончился уже более двадцати лет назад, «железный занавес» пал, и, казалось бы, весь мир уже должен был увидеть настоящую Россию и русских. Но западный свет все так же продолжает с упоением коверкать «матрешка, водка, балалайка».

Американцы, никогда не видевшие русских «вживую», черпают знания о далекой и загадочной России с экранов американских телевизоров. В фильмах, сериалах и прочих шоу режиссеры и сценаристы преподносят зрительской аудитории образы «настоящих» русских, создавая портрет неотёсанных мужиков в ушанках в обнимку с медведями. В своей статье «Образ русского туриста глазами немцев» Чувильская Е.А. упоминает опрос на тему «Что вы знаете о России?», проведенный в одном из университетов Германии. Результаты данного исследования мало обрадуют русскую душу: все, что знают европейцы — это то, что в России много пьют, люди бедны, процветает коррупция и мафия, а Путин контролирует все в стране. С другой стороны — русские очень гостеприимные, сильны в математике и физике, а их балет и театр славится во всем мире [94].

Профессор киноведения из Лестерского университета в Англии Джеймс Чепмен комментирует, что Россия представляла собой геополитическую угрозу ещё до Холодной войны. Но позднее этот шаблон ассоциировался уже не только с Россией, но и с коммунистической идеологией.

Русских выставляют злодеями уже давно, на протяжении уже почти века, с тех самых пор, когда русские герои впервые появляются на экранах кинотеатров. Они становятся любимыми антагонистами в фильмах 1990-х годов. В это время они начинают появляться на экранах с завидной регулярностью. Однако, не имеет смысла даже говорить о достоверности изображения в них России и русских: эти картины буквально переполнены стереотипами и предрассудками. Советские люди представлялись американцам страшными, агрессивными и весьма некрасивыми. Герои фильмов с русскими корнями выступают чаще всего в качестве шпионов, наемных убийц. Агент КГБ Наташа Ченкова или Эвелин Солт («Солт» 2010 г.) — настоящая женщина из стали. Она обладает необычайной силой, стойкостью, способна хладнокровно убивать и переносить пытки. Новейшие фильмы о супергероях и суперзлодеях также не обошлись без персонажей из России. В 2010 г. в «Железном человеке 2» появляется Хлыст — Иван Ванко. Здесь даже имя героя является «самым русским из всех». Сценаристам было недостаточно назвать злодея Ivan, но и его фамилия имеет

корень того же имени. «A Russian physicist and ex-convict who builds his own arc reactor-based weapon to exact vengeance on the Stark family» [142]. Так описывает нового злодея вселенной Marvel портал USA Today. Здесь герой Микки Рурка — своеобразный безумный гений. Но факт того, что обычного русского инженера возвели в ранг преступника, говорит лишь о том, что американцы боятся российских ученых. До сих пор корпорации со всего света пытаются перекупить разработчиков из России, а они в свою очередь участвовали в создании многих современных технологий.

Русские гении появлялись на американских экранах в разные времена. В научно-фантастическом сериале «Звездный путь: Оригинальный сериал», начавшегося еще в 1965 г., одним из героев являлся русский мичман Павел Чехов. Бравый штурман космического корабля не только отличался уникальными знаниями техники и инженерии, но и не раз спасал команду от смерти. По словам создателя сериала Джина Родденберри, персонаж Чехова был добавлен в сериал в ответ на притязание советской «Правды», о том, что не смотря на лидерство СССР в освоении космоса, на борту «Энтерпрайза» нет ни одного русского. Режиссеру понравилась идея. Появление персонажа из-за «занавеса» на «их» стороне по словам Родденберри должно было показать, что люди с разной философией могут не только находить общий язык, но и работать бок о бок ради будущего человечества [20]. Хотя, существование подобного провокационного заявления в советской газете до сих пор подвергается сомнениям.

Позднее, в 2007 г. русских ученых американцы воспринимали скорее иронично. В популярном ситкоме «Теория большого взрыва» в одном из эпизодов появляется уборщик, убирающий на четверном этаже знаменитого «Калтех». «Here I am a janitor. In former Sovjet Union — I'm a physicist. LeningradPolytechnica. Go, polarbears!». Советская школа ранее считалась одной из самых сильных, однако, создатели сериала признают, что в современном мире человек с образованием Ленинградского университета на западе может рассчитывать только на плебейскую работу. Несмотря на то, что по сюжету он оказался умнее самых выдающихся ученых Калифорнийского технологического. Сомнение

американских режиссеров в гениальности советского ученого подтверждает и то, что английская грамматика этому герою оказалась не под силу.

Первый положительный образ русского капитана подводной лодки Алексея Вострикова появляется в 1997 г. в фильме «К-19». Картина демонстрирует героизм и мужество советского экипажа во главе с командиром. Главного героя в исполнении Харрисона Форда американский кинопортал называет «несгибаемым» (unyielding Captain) безо всякой иронии. Известно, что политика, хоть и косвенно, но оказывает влияние на культуру, в том числе и на киноискусство. Таким образом и «К-19» стал первым показателем изменений политических отношений между Россией и США: совсем скоро в истории двух государств наступит период, называемый «перезагрузкой».

Русские герои стали появляться даже в мультфильмах, нацеленных на детскую аудиторию. Так, в «Мадагаскар-3» (2012 г.) мы видим амурского тигра Виталия, выступающего в цирке. Виталий — настоящий авторитет в цирковой труппе. Именно он является лидером и только он может их защитить. Он сильный и смелый, им восхищаются. Однако, в то же время и боятся. Для всех он остается страшным тигром. Виталий является своеобразным аллегоричным образом всей России. Так, портрет русского навязывается не только взрослым, но и детям, пусть даже через мультяшный образ тигра.

В октябре 2016 года в сети появляется видео на песню Робби Уильямса «Party like a Russian», которое становится настоящей сенсационной бомбой: за считанные часы видео набирает около 3 миллионов просмотров. В чем секрет такого успеха? А в том, что герои этой песни — русские. По словам исполнителя, он пытался описать веселые вечеринки российских олигархов, мигрировавших в Лондон. Общественность же незамедлительно присвоила этот образ всему русскому народу. Российский телеканал «Вести» заявил, что «русская тема— это все, что могло спасти певца, чья популярность в последнее время скорее уже история, чем реальность» [130]. В таком случае самые первые строки из песни «*It takes a certain kinda man with a certain reputation To alleviate the cash from a whole entire nation Take my loos echange and build my own space station*» звучат

достаточно иронично, так как исполнителю пришлось унижить целую нацию для повышения собственной популярности. Каждая секунда видео пропитана клише: балерины, парчовый «царский» смокинг, на завтрак гречка и музыка Прокофьева на фоне. Каждая строчка нового хита звучит как провокация. *«It takes half the Western world just to keep my ship a float»* — в этих словах уже российские СМИ рассмотрели образ Владимира Путина. Эти догадки Уильямс опроверг. Несмотря на то, что по словам исполнителя он хотел лишь показать какие веселые и широкие могут быть русские вечеринки, вряд ли он осмелится в скором времени приехать в Россию с очередным концертом.

Не менее редко на экранах появляются и надписи на русском. Зачастую эти фразы даже не имеют какого-либо смысла. Например, в популярном американском ситкоме «Друзья» (1994–2004 г.) в квартире героев висит плакат с надписью «Кенгуру-боксер». В фильме «Небесный капитан и мир будущего» (2004 г.) в кадре появляется газета под названием «Люди голос» с не менее интригующим заголовком «Гигантские Металлические Запасы Наций Кражи Машин Угля, Нефти и Урана. Мировые Лидеры Двигаются Чтобы Защитить Запасы». В некоторых случаях авторы фильмов сочли совершенно необязательным писать русские слова правильно. Так, в «Дне независимости» 1996 года на экране телевизора, передающего прогноз погоды, зрители наблюдают города Петроград и Новороссийск в районе Якутии. В то время как в Москве ожидают «Гуча Фзнамзнон». А иногда это может быть просто набор букв: в фильме «Идентификация Борна» (2002 г.) крупным планом виден паспорт главного героя по имени «АщфФштшфум». На что рассчитывали создатели фильмов: что русские зрители просто не заметят такую несуразицу или просто «проглотят» откровенное неуважение? Или же они наивно верят в свою правоту? Образ русского и России в целом менялся на протяжении истории американского кинематографа. Изменения эти в большей степени связаны с политическими пертурбациями. Так как Россия занимает одно из главных мест на мировой арене, русские образы будут продолжать появляться на западном телевидении, и как заявляет Forbes: «если Совет Федерации добьется своего и запретит фильмы,

демонизирующие образ России, ему, опасаясь, придется запрещать все мировое кино» [104].

В современном мире создателем образа «чужого» часто является именно телевидение. Не только новостные выпуски, но и фильмы, сериалы и различные ТВ-программы могут показать иностранцев с разных сторон, создавая положительный или отрицательный образ. Для американцев целым кладезем политических и культурологических отсылок стал сериал «Симпсоны».

«Симпсоны» уже давно стал культовым сериалом и не нуждается в представлении. Ситком выходит непрерывно уже с 1989 года, и в своих эпизодах высмеивает различные пороки и стереотипы современного общества, касающиеся политики, религии, телевидения, феминизма, и, конечно же, культурные феномены. Отличительная черта «Симпсонов» - это создание пародийных образов национальных, этнических и культурных реалий, которые всегда являются своевременными и актуальными. Почти в каждом эпизоде сериала обыгрывается тот или иной образ или используется аллюзия на предметы или явления культурной действительности. Так, не исключением стала и Россия. Сериал неоднократно использовал образы известных русских личностей или отображал, с присущей ему сатирой, различные события, связанные с Россией.

В 1997 в эпизоде под названием «Springfieldfiles» («Спрингфилдские материалы») бармен использует шкалу опьянения, где высшей степенью является «Борис Ельцин». Этим фактом авторы ссылаются на многочисленные скандалы, связанные с появлением бывшего президента России Бориса Ельцина в нетрезвом состоянии на различных официальных мероприятиях или просто в публичных местах. Например, во время первой своей встречи с Биллом Клинтоном в Вашингтоне в 1994 году Борис Николаевич был обнаружен на улице в состоянии алкогольного опьянения «кричащим на таксиста и требующим отвезти его в пиццерию». За свою карьеру Борис Ельцин успел приобрести славу заядлого «выпивохи», что не могло остаться незамеченным на Западе, и, конечно же, не высмеянным на телевидении.

Распад СССР в 1991 году сыграл американцам на руку. Для капиталистической Америки социализм Советского Союза казался страшным сном, а крах СССР означал не только падение мощного врага, но и появление новых сфер влияний. В эпизоде «Симпсонов» 1998 года «Simpson Tide» (рус. Симпсон на флоте) подводная лодка главного героя попадает в территориальные воды России. Представитель ООН в России обещает, что СССР отпустит их лодку. На замечание героя, что Советский Союз распался, представитель отвечает: «Мы хотели, чтобы вы так думали». После этих слов «страшный сон» начинает происходить наяву: пацифик на Красной площади сменяется серпом и молотом, выезжают танки, маршируют солдаты, вырастает Берлинская стена. Апогеем всего действия становится Владимир Ленин, восстающий из мавзолея со словами «Я должен уничтожить капитализм!». В таком контексте именно Советский Союз отождествляется с врагом, и именно он представляет угрозу для всех американцев, так как ассоциируется в общественном сознании исключительно с армией и военными действиями.

Однако, Советский Союз – это пятнадцать дружественных республик. С другой стороны – 15 республик, и не более. Большинство границ для советского человека были закрыты. Это ограничивало не только свободу передвижения, но и межкультурную коммуникацию. Так, «железный занавес» сильно затруднял познание «чужого», которое так и оставалось «чужим», неподвластным пониманию. Главный герой «Симпсонов» не любит Нью-Йорк не хочет туда ехать, хотя раньше и не посещал этот город. На что его сын отвечает: "Гомер, не оскорбляй места, в которых ты не был! Так делают только русские!". Это является очевидным намеком на закрытые границы СССР. Несмотря на то, что эта серия появилась на экранах в 1997 году, когда Союз уже распался, однако не все русские поспешили посещать другие страны. У кого-то не было финансовой возможности, а другие так и остались на родине критиковать и оскорблять «чужие» места, с которыми они не знакомы.

Американский политолог, социолог и один из главных идеологов внешней политики США Збигнев Бжезинский в своем интервью Хаффингтон Пост еще в

2016 году высказался о вмешательстве России в выборы президента Соединенных штатов. Бжезинский нисколько не сомневался, что Путин и российская разведка имеет непосредственное отношение к происходящим событиям. Хотя Дональд Трамп, по словам американского политолога, выиграл лишь за счёт достаточно сильных внутренних факторов и благодаря своему политическому мастерству, Бжезинский не стал опровергать воздействие России на эти выборы [146].

Данная тема являлась животрепещущей для всех американцев. Это не могло не отразиться в популярном мультимедийном пространстве. Так, в 2016 году «Симпсоны» выпустили ролик под названием «Homer votes» («Гомер голосует»), в котором главный герой отправляется в избирательный участок. Сосед по очереди расхваливает ему политику Дональда Трампа и говорит, что он сможет сделать Россию снова великой (по аналогии с лозунгом «Make America great again», используемым предвыборной кампанией Трампа). Гомер узнает в этом человеке Владимира Путина, который проголосовав, уезжает на коне без рубашки. Такой образ президента России стал излюбленным для всех американцев. Его уже обсуждали и обсуждают до сих пор в различных ТВ программах, шоу и просто в интернете. Однако ролик заканчивается достаточно печально, но, скорее для русских, чем для американцев: мы видим кадры, в которых сносят храм Василия Блаженного на Красной площади, а рядом красуется объявление об открытии нового казино Трампа в Кремле. Так, американцам буквально вменяется тот факт, что Россия влияем на внутреннюю политику США, что только подкрепляет образа врага и без того живущий в их сознании.

Упоминаются в «Симпсонах» и политики прежней эпохи, а именно президент США Франклин Рузвельт и руководитель СССР Иосиф Сталин. На плакате, промелькнувшем в одном из эпизодов, с изображениями глав двух стран мы видим надпись «Friendship through trust» («Дружба через доверие»). С одной стороны, лозунг звучит достаточно справедливо. Рузвельт и правда очень уважал Сталина и в своих дневниках не раз выражал свое доверие и признание руководителю Советского Союза [136].

Не обходится сериал, конечно, и без стереотипов о России и русских. Так, в одном из эпизодов героиня попадает в русский квартал, где она видит циркового медведя, который продает конфеты, играющих посреди улицы шахматистов. В другом эпизоде героем создается символ сочинской Олимпиады Фатов, образованное от английского fat – жирный с прибавление популярного окончания русских фамилий «ов», что можно перевести как «Жиров». Жиров, по словам героя, - это символ русского духа лени и алкоголизма.

Таким образом, мы видим, что в одном из самых популярных американских сериалов высказываются достаточно русофобные идеи, что не может не отразиться на восприятии образа России и русских в общественном сознании не только Америки, но и всего мира, так как ситком обрел поистине мировую славу. Конечно, одной из целей сериала является обличение человеческих пороков, этнических и национальных стереотипов, но в то же время, внося в сюжет огромное количество культурных штампов, они продолжают рисовать образ России-врага.

Формирование отрицательного образа России можно объяснять разницей двух культур: высококонтекстной и низкоконтекстной, - или же обвинять СМИ в создании неблагоприятного образа, но, безусловно, на Западе преобладает стереотипное видение России. Такое отрицательное впечатление о стране способствовало развитию «чувства собственного превосходства» со стороны западных людей, что в свою очередь также мешало составить объективный портрет русского человека. Однако невозможно, отчасти предвзято, заявлять о существовании только лишь негативного образа страны. Поэтому целесообразным является рассмотрение положительного образа России на Западе и его отражение в СМИ и медийном дискурсе.

США часто отождествляется с понятием «свобода». Свобода у американцев в крови. Дух фронта, ведущий все к новой и новой цели, заставляющий бороться, чтобы добиться освоения той самой «земли обетованной», заставил одобрительно отнестись к русской революции начала XX века. Американский историк, благодаря которому в науку вошло само понятие фронта, назвал его

«точкой встречи дикости и цивилизации» [84]. Русская революция отчасти и была таким столкновением дикого и цивилизованного. Западный мир с восторгом воспринял идею о перевороте. Вашингтон даже рассчитывал заполучить нового союзника в лице новой «русской демократии». Множество американских журналистов с энтузиазмом следили за событиями, разворачивающимися в России. Некоторым из них удалось наблюдать изнутри за революцией, которую они описывали в своих трудах. Наиболее известные из них «Десять дней, которые потрясли мир» Джона Рида, «Драйзер смотрит на Россию» Теодора Драйзера и др.

Тема революции в России не прекращает интересовать Запад даже сейчас: в ознаменование первого столетия русской революции 1917 года Британская библиотека представила серию конференций, бесед и интерактивных семинаров в дополнение к выставке "Русская революция: надежда, трагедия, мифы". Как и выставка, которая продемонстрировала кропотливые исследования и самые яркие моменты той бурной эпохи, однодневный симпозиум "Россия в американской литературе" добавил интригующий взгляд на различные представления, ответы и восприятие России в американской культуре [147].

Большое признание Америкой Советского Союза произошло во время Второй мировой войны. Хотя оперативное сотрудничество между Соединенными Штатами и Советским Союзом было значительно меньше, чем между другими союзными державами, Соединенные Штаты, тем не менее, предоставили Советскому Союзу огромное количество оружия, кораблей, самолетов, подвижного состава, стратегических материалов и продовольствия через программу ленд-лиза. В 1942 году в США была организована Американо–Русская культурная ассоциация для поощрения культурных связей между Советским Союзом и Соединенными Штатами, с Николаем Рерихом в качестве почетного президента.

В своем меморандуме касательно России специальный помощник президента Гэрри Хопкинс в августе 1943 года заявил, что во Второй мировой войне Россия занимала доминирующее положение и являлась решающим фактором, нацеленным на поражение «странности» в Европе. В то время как на

Сицилии силам Великобритании и США противостояли 2 немецкие дивизии, русский фронт привлекал внимание примерно 200 немецких дивизий. Всякий раз, когда союзники открывали второй фронт на континенте, он был определенно вторичным фронтом по сравнению с фронтом России; их усилия по-прежнему были основными [167].

Однако конец Второй мировой войны ознаменовался возрождением прежних разногласий между двумя странами. Советский Союз и США продвигали две противоположные экономические и политические идеологии, и эти две страны конкурировали за международное влияние в этом направлении. Эта затянувшаяся геополитическая, идеологическая и экономическая борьба, длившаяся с момента провозглашения доктрины Трумэна 12 марта 1947 года до распада Советского Союза 26 декабря 1991 года, известна как холодная война, длившаяся почти 45 лет.

Очередную волну положительного восприятия русских стал успех Советского Союза в освоении космоса. Запуски искусственных спутников, полеты в космос людей и животных, высадки на Луну – все это основные события так называемой «Космической гонки» между СССР и США. Несмотря на то, что вся эта «гонка» была лишь побочным эффектом Холодной войны, и американцы были весьма обеспокоены успехами Союза в освоении космоса, это не могло не закрепить положительный образ советского народа и страны в целом. Экономист Бернанд Барух написал в своем открытом письме под названием «Уроки поражения» в *New York Herald Tribune*: "В то время как мы посвящаем нашу промышленную и технологическую мощь производству новых моделей автомобилей и других гаджетов, Советский Союз завоевывает космос. «Именно у России, а не у Соединенных Штатов хватило воображения запрячь свой фургон к звездам и суметь дотянуться до Луны и почти схватить ее. Америка обеспокоена. Так и должно быть.» [110, 4]

Советский «Спутник» надолго закрепился в английском языке. Уже в 90е годы XXвека в одном из эпизодов популярного ситкома «Друзья», посвященному Хэллоуину, один из героев наряжается в костюм «спутника», в то время как

провальный проект Эйзенхауэра по запуску спутника с мыса Канаверал во Флориде получил звание «*Flopnik, Stayputnik, Kaputnik*». В этой «Комической гонке» на каждый новый шаг СССР Штаты принимали свои ответные шаги. Это ли не является признанием?

Крайне положительное впечатление производили на зарубежных писателей русские женщины. Гламурный тусовщик Фредерик Бегбедер целый год прожил в России, чтобы написать свою «Идеаль». Этот современный французский автор считается одним из самых эпатажных и шокирующих писателей, тем ценнее тот факт, что Бегбедер обратил свое внимание, а вместе с тем и внимание мировой общественности, на Россию. На первый взгляд описание страны огорчает и даже шокирует: главный герой с головой погружается в мир «русского» разврата. Удивляет этот образ до тех пор, пока автор не признается, что это всего лишь сатира на самих французов и их видение России.

Тем временем у героя была четкая цель посещения России – красота русских женщин. Именно природной красотой девушек восхищается Бегбедер, удивляясь длине их ног и бесконечно голубыми глазами.

При этом Фредерик Бегбедер приводит целых два эпитафия к своей книге. Обе цитаты принадлежат русским авторам: Ф.М. Достоевскому и И.С. Тургеневу. Этот факт лишь подтверждает популярность русских авторов на Западе. В 2009 году «Анну Каренину» Льва Толстого продавали во всех супермаркетах США. Причина такой популярности проста: известная телеведущая Опра Уинфри в своем шоу «*The Opra Winfrey Show*» порекомендовала всем прочитать эту книгу. В 2016 году ВВС выпустил очередную экранизацию «Войны и мир». Стоит так же упомянуть о небывалой популярности Ф.М. Достоевского на Западе. Будучи великолепным психологом, ему удалось описать самые темные и отдаленные уголки человеческого сознания. Склонные к самопознанию и «самокопанию» западные читатели смогли найти ответы на свои вопросы в его великих произведениях.

Отношения между Россией и США похожи на американские горки: спады сменяются очередной «оттепелью». Во всем этом немалую роль играет образ

страны, создаваемый в СМИ и других медиа. Зачастую этот образ подвержен стереотипизации. Изучение адекватной оценки образа той или иной культуры и является одной из задач культурологии.

2.3 Репрезентация образа лидера в медийном дискурсе США

Само понятие «лидер» происходит от английского «lead» - вести. Соответственно, лидер – тот, кто ведет за собой. Однако в словаре С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой первое значение данного слова имеет политическую коннотацию: глава, руководитель политической партии, общественно-политической организации или вообще какой-нибудь группы людей [64,326]. Так, в общественном сознании складывается, прежде всего, образ именно лидера-политика, управляющий государством. Но понимание образа политического неразрывно связано с пониманием образа, как целостной системы представлений человека о предметах и явлениях материального мира в сознании. Опираясь на мнения, ожидания и требования, исходящие от общества, образ политического лидера отражает совокупность всех мнений, ценностей, идеалов общественного сознания, а, следовательно, и культуры в целом. Таким образом, несмотря на то, что имиджем и образом политических лидеров интересуются, прежде всего, такие науки как политология, психология, социология, данная тема интересна и культурологии. Подобно литературному приему «синекдоха», который представляет собой перенос значения с части на целое, в общественном сознании складывается представление о целой стране и культуре по одной ее части – лидеру.

На процесс восприятия политического лидера влияет общественная ментальность, которая складывалась в течение долгого времени. И, если «свой» лидер может казаться вполне приемлемым с точки зрения общественного сознания жителей данной страны, то представители других государств воспринимают его образ через призму своей культуры, своих ценностей, суждений и норм морали.

Во многих странах и культурах власть вызывает уважение, благоговение или даже страх со стороны общественности. Так, в советском политическом

дискурсе лидерство В.И. Ленина было за пределами всякого критицизма. Каждый успешный лидер от Сталина до Горбачева отдавали дань уважения мировоззрению и убеждениям Ленина, показывая, насколько «ленинистским» по своей сути был их политический курс. В американской же культуре люди обучены подвергать сомнению все, в том числе и власть. В детях воспитывают индивидуальное, персональное мышление, направленное на самостоятельный поиск и анализ информации. Одному из отцов-основателей, Бенджамину Франклину, принадлежат слова о том, что «подвергать сомнению авторитет власти – это первая обязанность каждого гражданина». Также, в американском медийном дискурсе можно встретить множество шутливых слоганов, например, «Подвергай сомнению авторитет власти, но не мамы», «Подвергай сомнению власть, пока власть не подвергла сомнению тебя».

Из всех советских и российских лидеров в американском медийном пространстве чаще всего упоминались Л.И. Брежнев, М.С. Горбачев и В.В. Путин.

Леонида Ильича профессор Университета Ольстера Иэн Д. Тэтчер в своей статье «Брежнев как лидер» называет «пустым гедонистическим плейбоем», который завоевал лидерскую позицию только потому, что позволил советской элите наслаждаться «плодами своей власти» [165, 22]. По его мнению, любой вдохновляющий акт мужества и отваги Брежнева как, например, его героизм во время Второй мировой войны, должно быть, был выдуман его «советскими» биографами.

На следующий день после смерти Брежнева в газете “The New York Times” появилась статья с заголовком, мало вселяющим надежду на «светлое будущее» Советского Союза, с точки зрения Запада: «Брежнев умер в СССР в возрасте 75 лет; ни слова о приемнике; Штаты не прогнозируют каких-либо политических изменений». Большую часть статьи занимают лишь голые факты о смерти Генерального секретаря. Однако Times упомянули также, что кончина политика пришлась на проблемный период как внутри СССР, так и за рубежом. Несмотря на то, что сам Леонид Брежнев в своих интервью того времени описывал отношения Советского Союза с Западом как «разрядку», называя это своим

главным достижением, американское издание все же припоминают, что введением советских войск в Афганистан поставило под угрозу соглашение по ограничению вооружений [128].

Далее “The New York Times” признают, что граждане СССР благодарны господину Брежневу за период стабильности, наступивший, наконец, после периода Сталинского террора и «неустойчивого стиля» руководства Хрущева. Многие смогли переехать в новые квартиры, приобрести первые частные автомобили и обзавестись скромными дачами. Такие весьма скромные блага цивилизации, которые были недоступны большей части жителей Союза вплоть до периода руководства Брежневым, могли вызвать у американцев как уважение по отношению к гражданам СССР, так и зависть. Существует понятие «американская мечта», заложенное еще отцами-основателями. Главными принципами мечты являлся труд, отраженный в выражении *do or die* (сделай или умри), и, так называемый *self-made person* (человек, сделавший себя сам; сам вставший на ноги). Однако со временем американская мечта сузилась до обладания собственным домом и машиной. Так, в глазах американцев Брежнев мог выглядеть героем, подарившим «мечту». Учитывая, что в данный период обе страны находились в кризисном положении, а «рейганомика» способствовала появлению безработицы и малоимущих, для исполнения «американской мечты» жителям США приходилось влезать в огромные долги, стараясь «держать лицо».

Еще более популярной советской фигурой на западном телевидении стал самый долгоживущий правитель России, последний Генеральный секретарь ЦК КПСС Михаил Сергеевич Горбачев.

В сентябре 1990 президент США Джордж Буш-старший встретился с Михаилом Горбачевым на саммите в Хельсинки. Горбачев прибыл на саммит с подарком для Буша - карикатурой в рамке, изображающей двух лидеров в качестве боксеров, оба стоят в победной позе, нокаутировав лежащую фигуру с надписью "холодная война" по-русски. Карикатура была принята американским президентом весьма положительно.

Не обошлось без появления Михаила Горбачева и на американском телевидении. Так, свое эпизодическое появление он получил в популярном и уже культовом сериале «Симпсоны». Сериал известен тем, что изображает ежедневные реалии жизни простой американской семьи, но также в нем находят отражения мировые культурные и геополитические события. В одном из эпизодов героем сериала становится американский президент Джордж Буш-старший, у которого не завязываются отношения со своим соседом – главным героем Гомером. Очередная перепалка перерастает в драку, а происходит это на глазах у Михаила Горбачева, который приехал в гости к Бушу. Увидев Горбачева, Гомер воскликнул: «Итак...привел своего друга-коммуниста, чтобы драться по-грязному, а?». Таким образом, американцы ссылаются на ведение Горбачевым «грязной» политики.

После драки жена Джорджа Буша заставляет его извиниться перед Гомером, на что он отвечает, что не может показать свою слабость перед русскими. Россия и США и по сей день являются одними из ведущих мировых держав. Два государства постоянно участвуют в своеобразных гонках в различных сферах: культуры, науки, экономики, освоения космоса. Для американского лидера принести извинения российскому лидеру – подобно падению в грязь лицом.

В целом, изображение Михаила Горбачева на американском телевидении можно назвать нейтральным: руководитель СССР импонировал американцам. В западном медийном дискурсе закрепилось такое понятие как «glasnost», которое оказалось очень близким по духу жителям США. Закрепленная в Первой поправке к Конституции, «свобода слова» является одной из главных ценностей американской культуры. Того же они ждут и от своего правительства: вся политическая деятельность должна проходить в формате полной открытости. Близкой для американцев показалась и «perestroika». Не секрет, что патриотизм стал для американцев новой религией, а тезис «Америка – лучшая страна в мире» закреплен в сознании каждого жителя США. Американцы критично воспринимают все, что отличается от их идеологии, поэтому одобительно

встретили советскую перестройку, а Михаила Горбачева ознаменовали «освободителем от коммунизма», дающим свободу советским гражданам.

Данное появление Михаила Горбачева на телеэкране не стало последним. В 1997 году бывший руководитель СССР снялся в рекламе американской сети пиццерий “Pizza Hut”. Несмотря на свою непопулярность на родине, на Западе Горбачев оставался известным и уважаемым политиком. Поэтому арт-директор рекламного агентства BBDO Тед Шейн и молодой копирайтер Том Дербишайр решили использовать этот образ, в то же время, не зацкливаясь на нем, а показав обычную российскую семью на отдыхе. Увидев бывшего руководителя в кафе, члены семьи начали то хвалить его политику, то обвинять Михаила Сергеевича в нестабильности. В конце ролика члены семьи сходятся во мнении, что благодаря Горбачеву у них есть “Pizza Hut”. Когда все начинают скандировать «За Горбачева!», этот возглас разносится над всей Москвой. Такой ход не только отразил положительное отношение Запада к политику, но и мог бы символизировать укрепление политического курса Михаила Сергеевича среди жителей России [148].

На протяжении истории ни один образ советского или российского лидера не был абсолютно положительным или негативным. Даже при условии дружеских отношений между главами двух стран, посредством СМИ навязывались отрицательные черты лидера, строился образ «чужого», образ врага. Это значит, что для американцев врагом становится и вся страна в целом.

Современное общество черпает знания о чужой культуре из различных СМИ, собирая в сознании образ страны, народа или отдельных людей. Часто отражением целой культуры может стать не собирательный образ, а конкретный человек.

Стоит разобраться в роли лидера в культуре. Профессор психологии Эдгар Шейн в своей книге «Организационная культура и лидерство» рассуждает о его значимости для той или иной группы людей. Несмотря на то, что сутью культуры является модель утвержденных понятий, проявляется она лишь на уровне ценностей и убеждений, принятых всей группой. Анализируя культуру, по словам

Шейна, совсем не сложно разглядеть какие-либо культурные явления, но гораздо труднее их истолковать. Лидерство же изначально является источником убеждений и ценностей. Если то, что предлагает для группы лидер, работает, то убеждения лидера со временем становятся общими убеждениями [155, 36].

С одной стороны, можно подвергнуть сомнению высказывания Шейна, так как лидер не всегда создает свою группу на пустом месте. Чаще всего он появляется в устоявшейся организации или культуре со сложившимися взглядами и ценностями. Однако, с другой стороны, это и является показателем успешности лидера – задать новый курс старым убеждениям. Так, не только лидер может являться отображением целой культуры, но и культура сама формирует и отражает образ своего лидера.

На протяжении долгого времени образ не только лидера, но и целой страны и культуры в общественном сознании создается благодаря различным СМИ: телевидению, прессе. Например, журнал TIME является первым американским еженедельным новостным изданием. Его отличительная особенность – это номинация «Человек года», присуждаемая главным редактором журнала в конце года. Портрет Человека помещается на обложку каждого декабрьского выпуска. В 2007 году главный редактор журнала Ричард Штенгель пояснил критерии своего выбора. По его словам, данная номинация никогда не являлась честью или одобрением; номинация – это не соревнование в популярности. Звание «Человека года» может означать лишь признание его обществом таким, какой он есть, но в конечном счете речь идет о лидерстве: смелом, способном изменить мир.

Примечательно, что данное объяснение редактор опубликовал именно в тот год, когда «Человеком года» был признан Российский президент В.В. Путин. Так своими словами Штенгель и дал оценку Путину, как лидеру, но, с другой стороны, он абстрагировался от громких заявлений, способных сформировать абсолютно положительный или негативный образ президента.

Английский антрополог Джеффри Горер, изучая психологию русской культуры отмечал особенное отношение русского человека к своему

политическому лидеру. Гореру эмоциональная связь между главой страны и ее населением представляется чем-то большим недели просто связью «чиновник – народ». Он считает, что любой вождь, будь то царь, Ленин, Сталин, полностью идеализировался жителями страны, верно придерживающимися режима тотального контроля. Лидер для русского человека, по словам Горера, в самом буквальном смысле сверхчеловечески совершенен в знании, истине и благоразумии [116,114].

Чего не скажешь об образе советских и российских лидеров на Западе. Создается впечатление, что американцы, в отличие от русских, видят их насквозь. Поэтому большинство статей о главах СССР, а позднее и России, носят скорее обличительный характер.

Всего советские и российские политические лидеры получали звание «Человек года» по версии журнала TIME 7 раз: Иосиф Сталин, Никита Хрущёв, Юрий Андропов, Михаил Горбачёв, Владимир Путин. Каждый из них удостоился этого звания в переломные моменты русской или мировой истории. Это не может не найти отклика в общественном сознании, и портрет лидера так или иначе дополняет образ русского человека, страны и культуры в целом. Конечно, невозможно стать «Человеком года» в одно мгновение. Так, в контексте всех происходящих событий, которые уже формируют образ лидера, его портрет на обложке главного американского еженедельника является завершающим штрихом в создании культурологического портрета.

Одним из самых ранних лидеров Советского союза на обложке оказался В.И. Ленин, но уже задолго после своей смерти, в 1964 году. В это время апогея достиг Советско-китайский раскол или, как гласит заголовок ведущей статьи этого номера, «Communism split». Автор данной статьи начинает со слов о том, что иконоборцы всегда в конечном итоге нуждаются в большем количестве икон, чем кто-либо другой [109]. Так, для советского человека новой иконой стал портрет В.И. Ленина, который можно встретить повсеместно: на «обшарпанных» стенах в классах, красиво обрамленный, застывший в мраморе. Ленин для Советского Союза – буквально культурный феномен, отражение борьбы за

коммунизм, символ веры в «светлое будущее». Однако далее автор статьи продолжает, что в Китае он не менее любим и популярен, а портреты вождя часто носят на различных процессиях в окружении цветов, драконов и хлопающих петард. По обе стороны великого раскола, который разделил коммунистический мир, спорщики превозносили Владимира Ильича Ленина как своего покровителя и пророка. Ленин наблюдал, как Никита Хрущев от своего имени обличает китайцев как догматиков, дураков, авантюристов и поджигателей войны. И Ленин же смотрел, как от его имени Мао Цзэдун обличает русских как ревизионистов, предателей, буржуазных трусов и капитуляционистов [124].

В.И. Ленин на обложке журнала TIME вид имеет весьма суровый. Брови его сдвинуты, губы сжаты. Пальцы на его руке готовы сжаться в кулак. Он всем своим видом выражает недовольство расколом и с немим укором смотрит с обложки на своих потомков. Но главным здесь является не только недовольство вождя, а тот факт, что советскому человеку пришлось «поделиться» символом коммунизма, культурным феноменом, а вместе с тем и частью своей культуры. Обе культуры: русская и китайская – являются высококонтекстными и имеют много общих черт. Общий лидер – еще одна точка соприкосновения.

Следующий руководитель СССР, Иосиф Сталин, попал на обложку TIME дважды. Первый раз в 1939 году, как куратор пакта о ненападении с нацистской Германией перед вторжением в Восточную Польшу. В заглавной статье авторы говорят о справедливости фамилии лидера, образованной от слова «сталь», вспоминают, что весь англоязычный мир знает его как «tough guy» (рус. «суровый парень»). Только Иосиф Сталин в полной мере знал, насколько близка была Россия к поражению в 1942 году, и только Иосиф Сталин в полной мере знал, как он провел Россию через это [124]. В целом, статья TIME 1943 года полна одобрительных отзывов, создавая положительный образ советского лидера, образ лидера-освободителя.

Второй раз Иосиф Виссарионович появился на обложке через неделю после смерти, в 1953 году, но уже с заголовком «Диктатор Сталин». На этот раз Генеральный секретарь изображен на фоне паутины, исходящей из кокарды на

его фуражке. К паутине прилипли, запутались и погибли маленькие человечки. Живописная метафора, учитывая, что статья этого года посвящена репрессиям Сталина. Авторы статьи упоминают о неоднозначных оценках его личности, но обращают особое внимание на его жестокость. По мнению TIME Иосиф Сталин является первым человеком, которому удалось построить империю таких масштабов. Авторы уверены, что таковой она останется и после его смерти, за одним исключением: у империи больше нет Сталина – лидера, который был способен на ужасные злодеяния, но при этом всегда добивающегося невероятного успеха.

Итак, за 10 лет образ Иосифа Сталина претерпел не кардинальные, но все же некоторые изменения. Из освободителя он превратился в жестокого диктатора, но остался все таким же сильным лидером. И если он уже не являлся отражением своей нации, его образ дает возможность понять всю культуру. При таком имидже в общественном сознании Запада советский человек должен был представляться запуганным, загнанным в клетку зверем. Даже несмотря на то, что у самих граждан Советского Союза весьма противоречивые отношения к Иосифу Сталину как лидеру государства.

Среди советских и российских лидеров достаточно рекорсменов по появлению на обложках TIME. Л.И. Брежнев – дважды (в 1964 и 1972 годах), пять раз на обложку попал Б.Н. Ельцин. Но чаще всего TIME выбирал М.С. Горбачева – 15 раз, но только однажды Михаил Сергеевич был назван «Человеком года» (в 1987 году). Самое первое появление случилось сразу же после вступления Горбачева на пост Генерального секретаря ЦК КПСС в марте 1985 года. Фото нового главы государства подкреплялось заголовком: «Новый лидер Москвы: моложе, спокойнее и, возможно, более грозный». Для Запада Кремль уже не рассматривался как владение больных и вечно отсутствующих правителей. Его новый руководитель был энергичным человеком, который вполне мог бы привести Советский Союз в 21-й век. Американцы восприняли Горбачева в качестве президента как хороший знак. Это вело к снятию напряжения в советско-американских отношениях.

Михаил Сергеевич еще несколько раз появлялся в TIME с Рональдом Рейганом, но только обложка 1987 года и звание «Человек года» предзнаменовало снижение накала противостояния между СССР и США. Заголовок основной статьи данного номера – «Революция Горбачева». Американцы видели эту революцию единственным выходом из Холодной войны и восприняли ее положительно. Все надежды Запада выразились в подзаголовке: «Получится ли у него?».

Последний раз обложка TIME с Михаилом Сергеевичем вышла в декабре 1991. Беловежское соглашение уже было подписано, и, хотя Горбачев еще не сложил свои полномочия, это случилось только через два дня после выхода номера, авторы уже называли его «человеком без страны». Авторы TIME уверены, что революция может продолжаться годами, прежде чем, наконец, установится стабильный новый режим. Но по пути она проходит отчетливые поворотные точки, в которых становится ясно, что старый порядок ушел за пределы всякой надежды на воскрешение, и в поле зрения появляется возможная форма будущего, какой бы расплывчатой и приблизительной она ни была. Так, по их мнению, и случилось в Советском Союзе, бывшей сверхдержаве и коммунистическом тоталитарном государстве, управляемом из Москвы [108]. Итак, несмотря на окончание Холодной войны, на одобрение революции в СССР, в итоге Запад больше не видел новой сверхдержавы на месте Союза, в их сознании мерещился «расплывчатый» образ нового государства.

М.С. Горбачев стал не только рекордсменом среди советских лидеров, появившись на обложках 15 раз, такой чести удостоилась и его жена – Раиса Горбачева. Со времен Л.И. Ленина, Раиса Максимовна - первая супруга главы государства, занимающая видный общественный пост. В интернете можно найти большое количество фотографий, на которых первая леди СССР рука об руку со своим супругом изображена рядом с политическими и общественными лидерами разных стран. О ней говорили в Советском Союзе, и ее признавали за рубежом. Однако, если советские женщины скорее завидовали Раисе Максимовне, нежели не любили, то на Западе восхищались ею. Именно поэтому, как гласит заголовок TIME 1888 года, Раиса Горбачева стала символом "переутомленных и

недооцененных" женщин Советского Союза. Всегда аккуратно и модно одетая, с безупречными манерами, в тот период налаживания отношений между СССР и Западом, именно она показала человеческое лицо государства, которое Рейган назвал "империей зла".

Авторы также переработали для обложки главный символ СССР - серп и молот. В их варианте скрещены серп и зеркало Венеры - международный символ женского гендера. Такая комбинация выглядит не совсем логичной: серп на символе принадлежит колхознице с памятника Веры Мухиной, а молот - рабочему. Так, западные журналисты полностью исключили роль мужчины из символа, переложив все заботы на плечи женщины, собирательным образом которых, вероятно, и являлась Раиса Горбачева. Или же новый символ можно трактовать как то, что единственным путем налаживания отношений между СССР и США американцы видели именно благодаря женщинам.

На данный момент последним из российских лидеров "Человеком года" журнал TIME называл Владимира Путина в 2007 году, хотя помимо этого обложки с его изображениями появлялись еще 8 раз. В 2007 году заканчивался уже второй президентский срок Путина, и журнал назвал Владимира Владимировича просто: "царь новой России". Ричард Штенгель, утверждал, что Путин опасен в том смысле, что его не заботит свобода слова или гражданская свобода, он заботится только о стабильности. А стабильность, по мнению Штенгеля, - это то, что нужно было России в тот период.

В интервью журналу Владимиру Путину задали вопрос о том, собирается ли он развенчать некоторые мифы и заблуждения о России, сложившиеся в сознании американцев. Президент не был уверен, что это являлось именно заблуждениями, но целенаправленным созданием такого образа, основываясь на котором Америка могла бы влиять на внутреннюю и внешнюю политику России [160].

Нельзя отрицать тот факт, что образ политического лидера влияет на формирование образа всей страны и ее жителей. Однако в еще большей степени культурологический портрет рисуют лидеры различных сфер: науки, искусства, религии. В разные эпохи на обложках TIME появлялись русские и советские

композиторы (Д. Шостакович, С. Прокофьев, И. Стравинский), поэты и писатели (Е. Евтушенко, В. Набоков), Юрий Гагарин, академик Андрей Сахаров, патриарх всея Руси Сергей.

Так, само появление русского человека на обложке одного из главных западных журналов дает возможность построить в создании образ страны: страны с сильными лидерами, богатой культурой, передовой наукой и высокой духовностью.

За свою почти столетнюю историю, журнал TIME стал самым авторитетным мировым изданием. И это еще более подчеркивает значимость тех героев, которые удостоились заглавной статьи и места на обложке вопреки словам Штенгеля о том, что «это не является честью». Также, по его словам, портрет того или иного человека в TIME не является ни похвалой, ни одобрением, и это, в основном, касается политических лидеров. Но прочитав заглавные статьи о советских деятелях науки, искусства или культуры, слова Ричарда Штенгеля кажутся лукавством.

Музыка российских и советских композиторов всегда высоко ценилась на Западе. Также, как и сами композиторы. Д.Д. Шостакович посещал США три раза, причем во второй раз для получения звания почетного доктора Северо-Западного университета в Эванстоне. Основываясь на сказке С.С. Прокофьева «Петя и волк» компания Walt Disney выпустила мультипликационный фильм. Для М.Л. Ростроповича Америка стала второй родиной, в то время, когда его и супругу лишили советского гражданства. Невероятно почитаем на Западе был и П.И. Чайковский, но он не был современником популярного журнала, в то время как Шостакович, Прокофьев и Ростропович украсили обложки TIME своими портретами.

Появления в журнале фотографий Дмитрия Дмитриевича и Сергея Сергеевича так или иначе, в силу того времени, связано со Второй мировой войной. Шостакович, например, предстал перед читателями в образе пожарного. Свою Седьмую симфонию он начал писать, находясь в блокадном Ленинграде, между дежурствами по рытью траншей на окраине Ленинграда и наблюдением за

пожарами на крыше консерватории. Но именно в западном полушарии ее слышали первыми. Для американцев гений Шостаковича – это вундеркинд, встретившийся с колоссальными событиями, перевернувшими ход истории: революцией, в период которой он сочинил "Гимн свободе" и "Похоронный марш жертвам революции", и Второй мировой [144].

Если Шостаковича авторы TIME называли «будущим великим композитором», то Прокофьев опередил по популярности Моцарта, хотя находился в рейтинге «гораздо ниже Бетховена и Чайковского». Прокофьев был зрелым композитором с космополитическим прошлым, что, по всей видимости, и привлекало американскую публику, и полностью развитым стилем. TIME называет его величайшим музыкантом того времени. Никто другой не мог писать с таким техническим совершенством, с такими инструментами. Именно благодаря очаровательной маленькой музыкальной сказке "Петя и волк", которую он написал, чтобы помочь детям идентифицировать оркестровые инструменты, Прокофьев в основном известен американскому обывателю. Он принес пьесу С.А. Кусевицкому, язвительно порекомендовав ее как вполне несерьезную для Бостона и его критиков, которые дали жесткую рецензию на Четвертой симфонии. Но на обложку TIME поместил Прокофьева в 1945 году, когда в Бостонском симфоническом зале "Ренессанс" состоялась премьера Пятой симфонии, созданной во время Великой Отечественной войны.

По словам авторов журнала «советская музыкальная электростанция» работает как группа рекламщиков, производя товар доказанной эффективности. Одна из их главных задач – рекламировать Советский Союз и советскую культуру остальному миру. Насколько хорошо была проделана эта работа, можно судить по всемирной славе композиторов Прокофьева и Шостаковича [144].

По сравнению с другими деятелями советской культуры, главная страница TIME с портретом Бориса Пастернака в декабре 1958 года выглядит достаточно скромно: ни громких заявлений, ни скандальных заголовков. «Простое» чествование литературного гения. На тот момент его роман «Доктор Живаго» только что получил Нобелевскую премию. Интерес Запада к Живаго имел, прежде

всего, политический характер. Неизбежно, книга была использована в качестве оружия в холодной войне. Неизбежно, отказ Москвы позволить Пастернаку принять Нобелевскую премию оттолкнули интеллектуалов за пределами России. В то время роман по духу был ближе западному читателю, нежели советскому. Роман, посвященный главенству личности и ее частной жизни вопреки сверхдержавам, групповому мышлению, социальной и идеологической регламентации - это разрушительное обвинение сущности коммунизма, и оно в равной степени критично по отношению ко многому другому, что и укоренилось в западных привычках мышления.

По душе Америке пришелся также «поэт протеста» Евгений Евтушенко. Именно за поиски правды, за авангардные и радикальные стихи поэт нравился американцам, ценящим свободу и равноправие. На обложке TIME 1962 года Евгений Евтушенко изображен на фоне сельского пейзажа с проталинами и набухающими почками. Весна на обложке как нельзя лучше передает заголовок статьи «Russia: A Longing for Truth» (рус. "Россия: Жажда правды"). Вся советская поэзия, и стихи Евтушенко в том числе, для западного читателя как весна: новое веяние, новые желания, такие понятные любому американцу.

В Великобритании в послевоенный период появилось такое понятие как «brain drain» - «утечка мозгов», когда ученые и инженеры начали активно мигрировать в страны Северной Америки. Такой процесс происходит и в наше время, причем теперь ученые покидают преимущественно страны Восточной Европы и Россию.

Широко известен тот факт, что советские, а в последствии российские ученые высоко ценились и ценятся в США. Многие из них добились успеха только эмигрировав на Запад. Но в период, называемый «ядерной гонкой», внимание Америки привлекали достижения Советского Союза в области оружия. Например, в ноябре 1973 в TIME вышла статья под заголовком «Soviet Union: A Warning for Sakharov» (рус. «Советский Союз: Предупреждение для Сахарова»). В 1970-х А.Д. Сахаров действительно начал подвергаться остракизму со стороны советской власти. Как пишут авторы данной статьи, для советских чиновников стало уже

«устоявшейся практикой, обыденностью – нападать на Андрея Сахарова за критику российских репрессий». В подобном случае США видится заступником, при этом создается образ Советского Союза – угнетателя великих умов.

Георгий Георгиевич Почепцов в своей книге «Имиджелогия», говоря о создании имиджа, отмечает, что имидж страны создается в общественном сознании представителей других государств посредством прямых и косвенных «ускорителей», таких как телекоммуникация, эстрадная, литературная и идеологическая коммуникация. При этом он обращает внимание на то, что непосредственное идеологическое воздействие всегда воспринимается более негативно, нежели косвенные, «мягкие». По словам Почепцова, бывший Советский Союз не был так активен в своей пропаганде на территории других стран, что окупалось более интенсивной деятельностью внутри границ Союза [69, 369].

Большинство вышеупомянутых примеров легко могут подтвердить мысль Георгия Георгиевича. Для создания своего образа, как страны гонений и угнетателей талантливых ученых и деятелей искусств, Советскому Союзу совсем не нужно было открыто заявлять об этом на международной арене. Идеологические воздействия происходили внутри страны, но это отражалось на имидже и образе государства, формирующемся в общественном сознании Запада.

Наиболее упоминаемым лидером в американском медийном пространстве остается президент России Владимир Путин. На его популярность в западных СМИ и медиа-дискурсе влияет и продолжительное нахождение на данном посту, так и развитие, и появление различных жанров и форм журналистики. Образ В.В. Путина как лидера России упоминается и рассматривается не только в печатных новостных изданиях, но и в телевизионных шоу, сериалах, многообразных интернет-жанрах.

Согласно американским СМИ, образ Владимира Путина видится одним из самых противоречивых. Рассмотрению подлежит как диахронический образ президента России, так и синхронический. Начиная с первого президентского срока, образ Путина муссируется не только в зарубежных СМИ, но и в медиа пространстве.

Напряженная политическая ситуация и заинтересованность общественности способствовала большой популярности сериалов о политике. Наибольшего успеха добился американский сериал «Карточный домик» (2013-2018г), снятый в жанре политического триллера – история, раскрывающая всю подноготную самой верхушки власти. Герои данного повествования – конгрессмены, госсекретари, президенты. Одним из главных персонажей сериала является Виктор Петров – президент Российской федерации – своеобразная аллюзия на нынешнюю главу России Владимира Путина. Между героем «Карточного домика» и настоящим президентом много общего: оба имеют инициалы «В.П.», оба являются бывшими агентами КГБ и оба недавно развелись. Такая отсылка кажется настолько явной, что все те качества, которыми создатели сериала наделили своего персонажа, на уровне подсознания переносятся на реального человека. А Виктор Петров в сериале – это циник, любитель водки и он не имеет ничего против лиц нетрадиционной ориентации, так как по меньшей мере два его министра являются гомосексуалами. В разговоре с другим героем – Фрэнком Андервудом, стремящимся получить пост президента США – Петров заявляет, что он «должен показать силу». По его словам, если людям не понравится то, что делает Андервуд, они снимут его с должности; если же людям не понравится работа Петрова, «прольется кровь и наступит хаос».

Также в сериале есть эпизод, где Виктор Петров исполняет песню «Коробейники» на ужине в Белом доме. Выбор музыкального произведения кажется не случайным. Первые строчки песни «Ой, полна, полна коробушка, есть и ситцы и парча...» в исполнении сериального президента России звучит как отсылка к природным богатствам страны, которые в сложившейся политической ситуации играют большую роль для многих западных стран. Беря во внимание обстановку, в которой происходит действие, подобное исполнение звучит как бахвальство и создает образ президента как человека весьма самоуверенного.

Довольно часто на американском телевидении представляют пародийный образ Владимира Путина. Американский шоумен и ведущий шоу «The Tonight Show with Jimmy Fallon» Джимми Фэллон не раз разыгрывали различные ситуации

о взаимоотношениях Владимира Путина и Барака Обамы, а затем Владимира Путина и Дональда Трампа. Все эти миниатюры носят комичный характер, но так или иначе затрагивающие политические отношения между Россией и США. Однако даже в юмористическом шоу повторяется привычный для Запада образ Путина: властный, пьющий водку после «напряженного года» и с хорошим чувством юмора. Например, в миниатюре о телефонном разговоре Обамы и Путин на вопрос, почему Владимир Владимирович долго не брал трубку, он отвечает: *«Sorry, I've been playing the iphone game "Candy crush"... I just take the candy and I crush it!»* (Извини, я играл в игру «Раздави конфету»... Я просто беру конфету и давлю ее!). Именно такой американцы видят политическую стратегию Владимира Путина. Данная миниатюра вышла в контексте аннексии Крыма. Тем не менее, когда Обама обратился к президенту России со словами, что он не может просто заставить людей принять то, чего большинство из них не желает, Путин лишь отшучивается, говоря, что в России для этого есть специальный термин — «Obamacare» (Закон о защите пациентов и доступном здравоохранении — федеральный закон США, подписанный президентом Обамой 23 марта 2010 года). Таким образом, в своей программе Джимми Фэллон обличает не только Владимира Путина, но и Барака Обаму и его политику, что не позволяет обвинить автора в предвзятом мнении. В конце разговора два президента пришли к мнению, что «никакого прогресса в переговорах достигнуто не было».

Широко известен тот факт, что Владимир Путин является мастером спорта по самбо и имеет чёрный пояс по карате, катается на лыжах, играет в хоккей и в целом любит и поддерживает спорт. Поэтому президент России имеет прекрасную физическую форму. Но именно его форма и любовь к спорту часто становится объектом шуток на американском телевидении.

Летом 2014 уже в другой известной развлекательной программе «Jimmy Kimmel Live» показали видео с Барак Обамой, занимающимся в спортзале. Ведущего развеселила физическая форма бывшего президента США и довольно маленький размер гантелей. Опираясь на данное видео, телеканал ABC представил зрителям пародию на рекламу фитнеса со слоганом «Putincize!» (от «Путин» +

англ. «exercise» - упражняться), где в качестве модели «до» представлен Барак Обама, а модели «после» - Владимир Путин. Рекламу также сопровождал целый ряд фотографий президента России с обнаженным торсом, занимающегося спортом, охотой или сидящим верхом на коне. Шуточная реклама заканчивается словами «*Get strong like rock, not weak like Barack*» («Стань сильным как камень, а не слабаком, как Обама»).

Однако не всегда прекрасная физическая форма Владимира Путина становилась объектом восхищений. Например, президента России высмеяли на американском телевидении за игру в хоккей. Во время ежегодного показательного хоккейного матча в Сочи Путин забил восемь голов. Ведущий обратил внимание, как соперники поддавались ему. Он отмечал, как неожиданно хоккеисты меняли свою тактику видимо «вспоминая, что у них есть семья и дети», так как, по его словам, Путин «...*has an incredible slapshot*». Ирония со стороны ведущего здесь основана на созвучии хоккейного термина «slapshot», означающего удар по воротам, и двух видах увечий (slap – пощечина, shot - выстрел), который игрок может получить, если не поддастся. Ведущий так же прокомментировал падение Владимира Путина во время победного круга, когда президент споткнулся о кусок тряпки. Он также пошутил, что «эта тряпка уже убита и завернута в тряпку побольше». Так, в общественном сознании американцев складывается образ президента России не просто как властного человека, но и жестокого тирана, легко убивающего неугодных ему.

Не осталась без внимания и личная жизнь Владимира Путина, и американское телевидение оперативно отреагировало на развод президента. Юмористическое шоу в своей постоянной рубрике «За и против» решили выяснить плюс и минусы романтических отношений с Путиным. Ведущий вновь фокусируется на крайне жестком образе президента:

«...ЗА: он никуда не денется после одной ночи, проведенной вместе.

ПРОТИВ: а вот вы можете.

ЗА: Купидон может выпустить в него свою стрелу.

ПРОТИВ: русский снайпер может положить Купидона на месте.

ЗА: если вы окажетесь перед лужей, Путин снимет свой плащ.

ПРОТИВ: потом он этим плащом задушит прохожего и положит его тело через лужу.

ЗА: у него большое сердце.

ПРОТИВ: он его вырвал у медведя, с которым как-то сразился на смерть...».

Так, несмотря на достаточно жесткий и даже порой жестокий образ президента России Владимира Путина на американском телевидении, его изображение в различных шоу противоречиво: в их шутках присутствует и восхищение, и осуждение, и беспокойство. Но так как рассмотренные примеры были взяты в основном из юмористических шоу, коим присуща определенная ирония по отношению к политике, можно утверждать, что Владимир Путин просто не стал исключением из правил, над ним смеются, равно как и над другими политиками.

В 1823 году немецкий историк и правовед Франц Шнеллер ввел понятие «Die fünfte Gewalt» - «Пятая власть». На протяжении многих лет данное понятие ассоциировалось со СМИ. Такое утверждение можно считать вполне закономерным, учитывая, что наряду с законодательной, исполнительной и судебной властью СМИ выполняет одну из важнейших функций в демократических странах - создание гражданского общества путем обеспечения необходимого уровня свободы слова. К тому же, журналистика обладает достаточно большой властью в обществе: она является не только источником информации, но и влияет на общественное сознание, создавая образы той или иной страны и культуры. Эпитетом «власть» наделяли журналистику Томас Карлейль, Жан-Жак Руссо, Томас Маколей, Оскар Уайлд. Однако, во времена данных деятелей науки и искусства, СМИ являлись лишь четвертой по счету властью. В современном мире новую силу получил интернет, таким образом, становясь «пятой властью».

В словаре общественной власти под редакцией У.С. Мэндела «пятая власть» объясняется как «продолжение серии из трех классических ветвей разделения властей Монтескье и четвертой власти - СМИ. Термин «пятая власть» может быть

использован для обозначения либо экономической системы, либо интернета» [169, 186]. Действительно, интернет в современном мире обладает большей популярностью, а, следовательно, и большей властью, чем газеты, телевидение и радио. Несмотря на то, что все крупнейшие печатные издания получили свои веб-версии, нынешняя молодежь черпает информацию о мировых новостях с развлекательных порталов. Любое событие находит свое отражение в интернет-мемах.

Понятие «мем», перекочевавшее из эволюционной биологии, обозначает идеи, символ или манеру, передаваемую от человека к человеку через речь, письмо, жесты и т.д. Интернет-мем – какой-либо медиаобъект, будь то ироническая фраза, концепция или занятие, спонтанно становится популярной благодаря интернету (посредством социальных сетей, форумов, блогов, мессенджеров и пр.) [33]. Как правило, мемы абсолютно бессодержательны без социокультурного контекста. Таким образом, они являются прямым отражением мировых событий, волнующих всех членов того или иного общества. Мемами могут стать как различные прецеденты, так и отдельные люди: актеры, певцы, политики.

Владимир Путин, являясь президентом России, уже давно стал мемом для западного общества. Едва ли найдется какое-либо мировое событие, в котором так или иначе не принимала бы участие Россия, а, следовательно, и сам президент. Поэтому образ Владимира Путина ясно прослеживается в различных интернет-мемах.

Главной темой для шуток насчет президента России является время пребывания Путина на посту руководителя страны. Один из мемов изображает президента сидящим в вагоне поезда и смотрящим в окно. В окне четко видно отражение Владимира Владимировича. Данную картинку сопровождает комментарий: «*Putin looking at the next president of Russia*» («Путин смотрит на следующего президента России»). Зачастую в интернет-мемах используются аллюзии на различные реалии или персонажи мировой медиа-культуры. Так, например, в одном меме к Путину обращаются жители России: «*Ok, Putin, you are cool and all, but how long will you be ruling Russia?*» («Хорошо, Путин, ты крутой и

все такое, но как долго Вы еще будете править страной?»). Ответом на такой вопрос послужило изображение кота Тома, героя мультфильма «Том и Джерри» Уильяма Ханна и Джозефа Барбера, пожимающего плечами. При этом на «лице» Тома присутствует ухмылка. С одной стороны, она создает виноватый вид, который вкупе с разведенными «руками» создает впечатление, что Путин якобы и сам не знает, сколько ему придется пробыть на этом посту. С другой стороны, в такой ухмылке видна ирония. Так улыбаются люди, знающие некий секрет, но не желающие разглашать его.

В 2018 году в выборах президента России участвовала Ксения Анатольевна Собчак. В одном из мемов она задает вопрос Путину: «*Can woman become a president of Russia?*» («Может ли женщина стать президентом России?»). Владимир Путин отвечает кратко: «*No. Because I'm not a woman*» («Нет. Потому что я не женщина»). Еще одним намеком не только на длительное нахождение Владимира Путина на посту президента России, но и на его «бессмертие», является мем, в котором сравниваются Барак Обама и Владимир Путин в различные периоды жизни. На шкале времени видно, как изменился бывший президент США с 1980 до 2016, превращаясь из юнца с сигаретой во рту в известного политика, чье лицо покрывают морщины. Однако пользователи интернета заметили явные сходства во внешности между президентом России и героем портрета кисти Яна ван Эйка Джованни Арнольфини. Так, линия жизни Владимира Путина длится еще с 1480 года. Нашелся двойник и в 1920 году – красноармеец с черно-белой фотографии. Но, в отличие от Барака Обамы, в 2016 году президент России выглядит все еще достаточно молодым и полным сил. Другие пользователи отмечали его сходство с Юлией Цезарем, описывая данное подобие комментарием «*He is back*» («Он вернулся»). Все это подытоживает одно ироничное высказывание о том, что люди не выбирают в своей жизни родителей, внешность, национальность и президента России. Так, не только жители России привыкли к одному руководителю, чей президентский срок длится уже более 15 лет, и американцы отмечают этот факт настолько, что это превратилось для них в хороший повод для шуток.

В интернет-мемах нашел свое отражение и украинский кризис, и присоединение Крыма к России. Основой таких мемов является изображение довольного и улыбающегося Владимира Путина с различными комментариями, часто построенными на игре слов. В одном случае английский вариант названия страны «Ukraine» был изменен на «Ourkraine» или «Mykraine». Каламбур заключается в созвучии первого слога «Ukraine» и местоимения «you» - «твой, ваш». Так, «Ourkraine» означает «наша Украина» (англ. «our» - наш), «Mykraine» - «моя Украина» (англ. «my» - мой). На следующем изображении Владимир Путин отмечает, что, если общественность злится по поводу Украины («Angry about Ukraine») – «Crimea river». В данном случае созвучными выступают английское название полуострова Crimea и идиомы «Cry me a river», что можно перевести как «хватить плакать, ныть». Данное выражение весьма саркастичного характера, что очень четко отражает позицию Владимира Путина по поводу недовольств Запада присоединением Крыма к России. В таком контексте американцы, и не только, видят Путина завоевателем и оккупантом, забирающим все земли, которые ему понравятся. Поэтому популярным стал, например, вымышленный диалог президента России со служащим финского паспортного контроля:

«- Destination?

- Helsinki.

- Occupation?

- No. Just visiting».

«- Место назначения?

- Хельсинки.

- Оккупация?

- Нет, просто посещение».

В данном случае каламбур построен на созвучии английского слова «occupation» и русского «оккупация». Работник паспортного контроля по правилам спрашивает о роде деятельности посетителя, но в таком интернет-меме заложено также и беспокойство финна о судьбе своей страны, и не обернется ли визит Владимира Путина очередной аннексией.

Известным фактом для всего мира стало то, что Владимир Путин является бывшим сотрудником КГБ. Много шуток на Западе исходят из того, что в России абсолютно отсутствует приватная жизнь. Подслушиваются телефонные разговоры, отслеживаются переписки, а внутренняя разведка может наблюдать за жителями прямо через камеры мобильных устройств. На некоторых смартфонах присутствует функция фотографирования лица, пытавшегося разблокировать данное устройство. Так и возникают интернет-мемы со снимком экрана мобильного телефона, на котором изображено лицо Владимира Путина с подписью «*This person tried to unlock your phone*» («Этот человек пытался разблокировать ваш телефон»).

Несколько интернет-мемов основываются на созвучии фамилии Владимира Владимировича в латинской транслитерации «Putin» и английского фразового глагола «put in» - вставлять, вводить, вмешиваться в разговор, входить. Противоположный по значению – предлог out (из, вне, наружу), который так же привязывают к фамилии Путин. Главной основой таких мемов является изображение президента России, например, садящимся в машину, или уже сидящим в ней (Putin – put in – входить; Путин внутри), и выходящим из транспорта (Putout – put out – выходить; Путин снаружи).

Так, подобные интернет-мемы создают образ президента России В.В. Путина: не просто «вечного», но не дающего даже повода и возможности думать о смене лидера. Не зря отмечали и внешнее сходство Путина и Юлия Цезаря, так как в сознании западной общественности президент России действует по принципу римского императора с небольшой корректировкой: «Пришел. Увидел. Присоединил». Тотальный контроль также является характеристикой Путина, которая распространилась уже на все правительство. Но вместе с этим складывается образ всей страны в целом: покорной во всем и принимающей не только своего «вечного» лидера, но и его в какой-то степени тоталитарный режим. Остается вопросом лишь то, что преобладает в западных шутках больше: страх перед Путиным, жалость к народу или же это не более, чем повод посмеяться.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Российско-американские отношения имеют долгую историю. Их объединяли близость исторических судеб, общие геополитические цели. Однако с течением истории два государства прошли через разные ступени взаимоотношений. Существовали периоды, как дружеских связей, так и враждебно настроенные. Союз России и США успешно развивается в различных областях: политических, экономических. Важными так же видятся и культурные связи этих стран, так как понимание и принятие чужой страны и культуры является основой успешного межкультурного взаимодействия.

От степени социокультурной компетенции и толерантности будет во многом зависеть исход коммуникации. Изучение стереотипов, присущих культуре нашего партнера по коммуникации, является одним из способов формирования социокультурной компетенции и толерантности.

Предметом нашего исследования стали культурологические особенности и стереотипы, формирующие образ России в современной американской культуре. Общие представления американцами чужой (русской) культуры, стереотипы и предрассудки были систематизированы с помощью подхода, сочетающего в себе принципы имагологии и компаративистики.

Ключевым понятием в изучении чужой культуры является «образ». Данный концепт изучается различными науками. В связи с этим варьируется и его значение. Гносеология в качестве центрального понятия изучает познавательный образ, как результат познавательной деятельности субъекта. В.Г. Белинский в своих трудах раскрывал художественный образ, который через мысли и чувства автора передавал картину действительности. В философии наряду с художественным образом, как одной из специфических форм, рассматривается образ, являющийся результатом отражения объекта в сознании человека.

Неоднозначно и само понятие «образ». в различных гуманитарных науках существуют концепты, подобные «образу», однако, нельзя с полной уверенностью отождествлять их. М.Ю. Лотман употребляет термин «символ», утверждая о его синонимичности понятию «образ» в контексте культуры, согласно его принципу

устройства. С.С. Аверинцев также не отождествляет данные концепты. По его словам, понятие «символ» шире образа и включает в себя все многообразие образа.

Образ также является и единицей иконологии, что тоже вызывает споры различных исследователей. Уильям Джон Томас Митчелл утверждает, что образ не может быть «единицей», то есть единым, так как имеет двойственную натуру. В английском языке эта двойственность выражается в паре слов *image – picture*, в то время как в русском языке существует целая парадигма понятий *образ – image – имидж*. При заимствовании в русский язык из английского понятия «имидж» путем калькирования, термин приобрел другое значение и является не полным синонимом понятию «образ», однако остается вполне релевантным в контексте изучения образа «чужого».

В ходе исследования было установлено, что имагология, пришедшая в отечественную науку с Запада, имеет своей целью изучение «другой», «чужой» культуры. В то время как для успешного диалога культур необходимо понимание и принятие «чужого». Х. Дизеринк утверждал, что в отличие от компаративистики, для которой важны смысл и эстетический статус образа, имагологию интересуют, прежде всего, механизмы внедрения образов «другого», созданных в СМИ, публицистике и прочих видах дискурса, в общественное сознание, а также превращение их в национальные стереотипы.

В ходе проделанной работы мы изучили роль СМИ в формировании общественного мнения, а также рассмотрели феномен этнического стереотипа и его проявление в средствах массовой информации.

Этнические стереотипы — это один из видов социальных стереотипов, а именно те из них, которые описывают членов этнических групп, приписываются им или ассоциируются с ними. До сегодняшнего дня в обыденном сознании и в средствах массовой коммуникации об этнических стереотипах весьма распространено мнение как о исключительно отрицательном феномене. Во многом это связано с тем, что в мировой науке чаще всего изучались негативные стереотипы подвергавшихся дискриминации этнических меньшинств. Отсюда же проистекает и отождествление стереотипов с предрассудками.

Таким предрассудкам подвергается и образ России и русских в мировых СМИ. Более яркое отражение образа русских мы находим в самой доступной сфере медиа дискурса – кинематографе. Здесь, в ходе исследования мы могли заметить, что подобный пласт источников культурного восприятия образа России является мало изученным. Тем не менее, такие жанры медиа дискурса, как фильмы, ТВ-шоу и другие медиа объекты представляются достаточно релевантной основой исследования образа России в американском общественном сознании. Подобные медиа объекты не имеют своей целью трансляцию объективного мнения и передачу достоверной информации. Однако, задача данных жанров медиа дискурса – воздействие на зрителя. Таким образом, фильмы, сериалы, ТВ-программы, интернет-мемы имеют способность ненавязчиво, иронично навязывать мнение, формировать в общественном сознании образ, временами ложный и субъективный.

Основными стереотипами о России в американской культуре являются следующие:

- Россия вмешивается в большинство геополитических процессов на мировой арене, в том числе и в выборы главы США;
- Россия – враг (апофеозом является высказывание Р. Рейгана о СССР, как «империи зла»);
- Россия – страна с «неевропейской» цивилизацией;
- Россия – страна с богатым культурным наследием.

Стереотипы, касающиеся лидера России достаточно противоречивы, и существует две крайности:

- Россия – страна с сильным лидером;
- Лидер России – тиран, все должны ему беспрекословно подчиняться.

Примечательным остается тот факт, что в общественном сознании в настоящее время живы типичные представления о России, такие как водка, медведь, балалайка. Примечателен этот факт тем, что Россию и США давно уже не разделяет железный занавес и многие американцы знакомы с русской культурой не понаслышке. Тем не менее, западные СМИ и медиа дискурс не перестают

использовать данные стереотипы в качестве иронии или для создания ложно образа России.

Культурологический образ России начал формироваться еще до развития СМИ. Корни свои он берет в литературе, а точнее в особом жанре литературы, травелог. Авторы травелогов, такие как Астольф де Кюстин, являются первыми людьми, которые посредством своих произведений могли воздействовать на читателей, формируя в их сознании образ русского человека, русской культуры и России в целом.

В СМИ же говорят о России с самого зарождения журналистики. Однако, на протяжении всей мировой истории, образ страны менялся, и отношение иностранной общественности так же трансформировался. Россия становилась для всего остального мира то врагом, то оплотом экономики, нравственности и культуры, то источником опасности. Причиной этому являются различные геополитические процессы. Все это мы можем увидеть в фильмах (в героях, событиях), телевизионных шоу, газетах.

Так как в настоящее время видится более рациональным рассматривать не просто образ, а медиа образ страны, в ходе исследования были изучены различия между данными понятиями. Медиа образ формируется на основе информации полученной из различных источников медиа дискурса. В современном мире, в эпоху интернета, интернет и телевидение является наиболее доступными способами воздействия на общественное сознание, а со стороны реципиента – самым доступным источником информации для формирования образа другой культуры. Поэтому нами были исследованы такие элементы медиа дискурса, как:

- Кинофильмы;
- ТВ-шоу (сериалы);
- Развлекательные ТВ-программы;
- Интернет-мемы.

В противовес более субъективным источникам формирования образа России выступают СМИ: новостные выпуски, статьи в печатных изданиях. В работе были

использованы цитаты и выдержки из интернет-изданий Bloomberg, The NewYorkTimes, журнала TIME.

Таким же противоречивым является и образ лидера России – президента Владимира Путина, представляющим собой в современной действительности своеобразный символ страны. Однако, для международной общественности президент России символизирует в большей степени угрозу, что отражается в языковых средствах, используемых в печатных СМИ для его описания или описания его действий.

Для создания образа нынешнего президента России часто используются такие стилистические приемы как ирония и каламбур, при этом описывая образ достаточно серьезного, сильного и могущественного лидера. В подобных образах прослеживается и восхищение, и трепет перед президентом России.

Тем не менее, предыдущие лидеры СССР и России в американской культуре имели не менее противоречивые образы. Иосиф Сталин с течением времени из освободителя, лидера, приведшего СССР и союзников к победе во Второй мировой войне, превратился для американцев в тирана, держащим в страхе всех жителей страны. С приходом к власти М.С. Горбачева американцы видели в образе лидера Советского Союза надежду на восстановление дружеских советско-американских отношений. Уже перед окончанием полномочий Михаила Сергеевича лидер СССР стал для американцев символом несбывшихся ожиданий на установление межкультурных связей.

Итак, образ России и русских в американских СМИ на протяжении всей истории менялся и не был однозначным. Какова будет динамика изменений будет зависеть от мировых геополитических процессов и степени участия России в них.

В современном мире глобализации чрезвычайно важным видится установление межкультурной коммуникации, в том числе и между Россией и США. Это невозможно без понимания объективного, беспристрастного образа чужой культуры. Именно в принятии черт чужой культуры и терпимости по отношению к различиям кроется ключ к успешному диалогу культур.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аверинцев С. С. Символ // Краткая литературная энциклопедия / Гл. ред. А. А. Сурков. — М.: Сов. энцикл., 1962—1978. Т. 6: Присказка — «Советская Россия». — 1971. — С. 826—831.
2. Адилев В.А. Образ России в Казахстане: опыт проектирования имиджа страны во внешней среде: диссертация ... кандидата социологических наук: 23.00.02 / Адилев Владислав Аскарлович; [Место защиты: Рос. гос. гуманитар. ун-т (РГГУ)]. - Москва, 2009.- 198 с.: ил. РГБ ОД, 61 10-22/121
3. Андрущенко Е.А. Репрезентация образа "чужого" в англоязычном медиадискурсе: на материале британских СМИ: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.04 / Андрущенко Екатерина Алексеевна; [Место защиты: Волгогр. гос. ун-т].- Волгоград, 2013.- 194 с.: ил. РГБ ОД, 61 13-10/516
4. Аристотель. Собрание сочинений в 4-х томах. Том 1. М.: Мысль, 1976. – 505 с.
5. Бабаков В.Г., Семенов В.М. Национальное сознание и национальная культура (методологические проблемы) – М., 1996. – 7-с.
6. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / Сост. С. Г. Бочаров, примеч. С. С. Аверинцев и С. Г. Бочаров. М.: Искусство, 1979. 423 с.
7. Бахтин М.М. К вопросам методологии эстетики словесного творчества. Собр. соч. в 7тт. Т.1. М., Русские словари, 2003. 958с.
8. Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа. М.: Искусство, 1979.
9. Безотосный И.А. Позитивный имидж России: конструирование и репрезентация символической социальной реальности: диссертация ... кандидата философских наук: 09.00.11 / Безотосный Игорь Александрович; [Место защиты: Краснодар. ун-т МВД России].- Ростов-на-Дону, 2011.- 151 с.: ил. РГБ ОД, 61 11-9/390
10. Белинский В. Г. Полное собрание сочинений: В 13 т. / АН СССР, Ин-т рус. лит. (Пушкин. дом); редкол.: Н.Ф. Бельчиков (гл. ред.) и др. – М.: Изд-во АН СССР, 1954. – Т. 4. Статьи и рецензии. 1840-1841 / [текст подгот. и коммент. сост. Л.Н.

Назарова и др.; ред. Н.Ф. Бельчиков]. – 675 с.; 4 л. ил. – (Полное собрание сочинений. Т. I-XIII)

11. Бжезинский З. Великая шахматная доска: господство Америки и его геостратегические императивы: [перевод с английского] / Збигнев Бжезинский — Москва: АСТ, 2014. — 702, [2] с

12. Борисенко И.В. Национальный образ России: философско-культурологический анализ: диссертация ... кандидата философских наук: 09.00.13 / Борисенко Ирина Вячеславовна; [Место защиты: Юж. федер. ун-т]. - Ростов-на-Дону, 2008. - 136 с.: ил. РГБ ОД, 61:08-9/22

13. Взаимоотношения России и Америки: культурно-исторический аспект / Н. А. Кубанев, Л. Н. Набилкина, В. Г. Маслов, Т. Н. Волкова // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого. – 2018. – № 4(28). – С. 88-93. – DOI 10.22405/2304-4772-2018-1-4-88-93.

14. Виноградова Н.С. Политико-психологический анализ образа России в англо-американских печатных СМИ: исследование 2008-2009 гг.: диссертация ... кандидата политических наук: 19.00.12 / Виноградова Надежда Сергеевна; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова].- Москва, 2010.- 138 с.: ил. РГБ ОД, 61 10-23/302

15. Власть и образ. Очерки потестарной имагологии. Россия: ЛитРес, 2018. 383 с.

16. Галинская Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике. // Вестник ОГУ. – 2013. - №11 (160) [Электронный ресурс] URL: http://vestnik.osu.ru/2013_11/16.pdf Дата обращения (10.11.2019)

17. Гарусова Л.Н. Внешняя политика Соединенных Штатов Америки: основные тенденции и направления (1990–2000-е гг.). – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2004. – 152 с.

18. Гасанов И. Б. Этнические стереотипы: биография концепта. Монография. Россия: Издательство "Проспект", 2021. 429 с.

19. Гетьманенко Н.И. Восприятие русской культуры: прототипы и стереотипы. Россия: Academia, 2010. 254 с.

20. Гладильщиков Ю. Как в Голливуде изображали русских на рубеже веков: 20 знаковых фильмов. [Электронный ресурс]. 31.10.2014. Режим доступа: <http://www.forbes.ru/forbeslife-photogallery/dosug/272095-kak-v-gollivude-izobrazhali-russkikh-na-rubezhe-vekov-20-znakov/photo/20>
21. Горшунова Е.Ю., Горшунов Ю.В. Межкультурная коммуникация и этнические стереотипы и ярлыки англоговорящего сообщества. Учебное пособие. Россия: Издательство "Проспект", 2015. 121 с.
22. Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/252>. Дата обращения 24.01.2018
23. Данаева З. Имидж страны. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://expert.ru/kazakhstan/2005/09/09ka-kmbiz1_57012/ Дата обращения 01.02.2018
24. Данилевский Н. Я. Россия и Европа / Состав. Н. Саркитова; Коммент. В. Климанова, Н. Саркитова. М.: ТЕРРА-Книжный клуб, 2008.
25. Данилин С.А. Образ России и ее политики в англо-американской публицистике конца XIX - начала XX вв.: Дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02 Москва, 2006 202 с. РГБ ОД, 61:06-7/704
26. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. 2-е изд. М.: Добросвет, Издательство "КДУ", 2011.
27. Егорова Э.В. Образ России в американских электронных СМИ (на материале публикаций сайта The New York Times) // Научное мнение. 2014. № 9-1. С. 135-141
28. Журавлева В.И. Образ России в общественно-политическом дискурсе США: международные и внутривосточные аспекты (1880-1910-е гг.): автореферат дис. ... доктора исторических наук: 07.00.03 / Журавлева Виктория Ивановна; [Место защиты: Институт всеобщей истории РАН]. - Москва, 2013
29. Земсков В.Б. Образ России в современном мире и иные сюжеты. – М.; СПб.: Центр гуманитарных инициатив; Гнозис, 2015. – 343 с.
30. Кадыров А.М. Культурология. Теория и история культуры (учебное пособие). – Уфа: Редакционно-издательский комплекс УГАТУ, 2004. – 292с.

31. Капустянская, К. В. Имагология и диалог культур / К. В. Капустянская, Н. А. Кубанев, Л. Н. Набилкина // Обсерватория культуры. – 2016. – Т. 1. – № 1. – С. 31-35.
32. Капустянская, К. В. Имагология и травелог: формирование образа "чужих" стран и народов / К. В. Капустянская, Н. А. Кубанев, Л. Н. Набилкина // Философия образования. – 2015. – № 6(63). – С. 218-223. – DOI 10.15372/PHE20150623.
33. Карпьяк О. Вата с укропом: язык политических мемов. [Электронный ресурс]. URL:
https://www.bbc.com/russian/society/2014/08/140808_ukraine_new_internet_memes.shtml дата обращения: 17.02.20
34. Кашлев Ю., Галумов Э. Информация и PR в международных отношениях. М.: Известия, 2003. — 432 с ил.
35. Ким М. Н, Жанры современной журналистики. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2004.
36. Климова, С. Б. Миф о России в английской культуре и литературе рубежа XIX–XX веков: от антихристианского "чужого" к христианскому "своему" / С. Б. Климова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2012. – № 6-1. – С. 329-334.
37. Коняшин С. Социальные стереотипы в информационно-новостном управлении общественным мнением на примере телевизионных СМИ. Россия: SelfPub, 2022.
38. Королева С.Б. Британский миф о России: учебное пособие/ С.Б. Королева, - М.; Берлин: Директ-Медиа, 20126. – 239с.
39. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. Около 25 000 слов и словосочетаний. Изд. 2-е, доп. М.: Русский язык, 2000. 856 с.
40. Кубанев Н.А, Набилкина Л. Н. Имагология и межкультурная коммуникация как выражение междисциплинарного подхода к изучению образа Америки в контексте диалога культур. В сборнике: Традиции и инновации в лингвистике и лингвообразовании. Арзамас, 2014 с.71–79.

41. Кубанев Н.А., Набилкина Л.Н. Город как культурологический феномен в русской, американской и западноевропейской литературе: монография / Н.А. Кубанев, Л.Н. Набилкина – Шуя: Изд-во Шуйского филиала ИвГУ, 2014. – 223с.
42. Кубанев, Н. А. Культурология и геополитика в истории России / Н. А. Кубанев, В. П. Океанский // Философия хозяйства. – 2013. – № 6(90). – С. 194-203.
43. Кубанев, Н. А. Формирование благоприятного образа России и проблемы межкультурной коммуникации / Н. А. Кубанев, Л. Н. Набилкина // Герценовские чтения. Иностранные языки: Сборник научных трудов, Санкт-Петербург, 11–12 апреля 2019 года. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2019. – С. 154-158.
44. Кубанев, Н. А. Формирование образа России как "иного" государства в западной литературе и культуре / Н. А. Кубанев, Л. Н. Набилкина // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого. – 2019. – № 4-1(32). – С. 67-75. – DOI 10.22405/2304-4772-2019-1-4-67-75.
45. Лабанов С. Федор Тютчев: русофобия против империи. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pravoslavie.ru/analit/rusideo/tutchev.htm> Дата обращения 01.02.2018
46. Лебедева Н. Этнопсихология. Учебник и практикум для академического бакалавриата. Россия: ЛитРес, 2022
47. Леонтьев А. А. Языковое сознание и образ мира // Язык и сознание: парадоксальная рациональность. М., 1993. - С. 25-38.
48. Леонтьев А. Н. Образ мира // Он же. Избр. психол. произведения. В 2-х т. Т. 2. - М.: Педагогика, 1983.
49. Леонтьев А. Н. Психология образа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. - Психология. - 1979. - №2.
50. Липман У. Общественное мнение/Пер. с англ. Т.В. Барчуновой Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с.
51. Лихачев Д.С. Письма о добром. - Санкт-Петербург: LOGOS, 2006. – 323 с.

52. Лозовский Б. Н. Журналистика и средства массовой информации: краткий словарь / Б. Н. Лозовский; [УрГУ, Фак. журналистики]. — [Изд. 2-е, испр. и доп.]. — Екатеринбург: [Урал. гос. ун-т], 2007. — 288 с.
53. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история. — М.: «Языки русской культуры», 1996. — 464с.
54. Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Антоновского. М.: Праксис, 2005.
55. Минда Л. «Восприятие России в современной китайской культуре»: диссертация ... кандидата: 24.00.01 / Ли Минда; [Место защиты: ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет»], 2020.- 235 с
56. Маковский М. М. Язык-Миф-Культура. Символы жизни или жизнь символов. М.: Русские словари, 1996.
57. Моисеева Т.В. Метафорическое моделирование образа России в американских СМИ и образа США в российских СМИ: диссертация... кандидата филологических наук: 10.02.20 Екатеринбург, 2007 235 с. РГБ ОД, 61:07-10/1077
58. Морева Л. М. Символы, образы, и стереотипы современной культуры. Россия: EIDOS, 2000. 382 с.
59. Морозова О.В. Речевые способы формирования образа России в российских и американских СМИ: диссертация ... кандидата Филологических наук: 10.02.19 / Морозова Оксана Васильевна; [Место защиты: ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского»], 2018
60. Набилкина, Л. Н. Россия и США: обретение национальной идентичности / Л. Н. Набилкина, Н. А. Кубанев // Вопросы культурологии. – 2018. – № 4. – С. 8-13.
61. Набилкина, Л. Н. Русские в культуре Америки / Л. Н. Набилкина // Вариативность и стандартизация языкового образования в неязыковом вузе: Сборник статей по материалам IV Международной научно-практической конференции, Нижний Новгород, 27–28 апреля 2021 года / Под редакцией М.В. Золотовой. – Нижний Новгород: Национальный исследовательский

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2021. – С. 186-189.

62. Образ России в мировой культуре и образы других стран в русской культуре XIX-XX веков / Под. общ. ред. академика Е. П. Чельшева. М., 1998.

63. Образ России. Русская культура в мировом контексте / под общ. ред. Чельшева Е. П. М.: Азбуковник, 1998.

64. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений/ Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: Азбуковник, 1999. – 944.

65. Ощепков А.Р. Имагология. Россия в литературе запада. / отв. ред. Трыков В.П. МПГУ. 2017. 330с.

66. Патриотизм: по-русски и по-американски. [Электронный ресурс]. 17.11.2012. URL: <http://anvictory.org/blog/2012/11/17/patriotizm-po-russki-i-po-amerikanski/>

67. Пирс Ч.С. Избранные философские произведения. Пер. с англ. / Перевод К. Голубович, К. Чухреидзе, Т. Дмитриева. М.: Логос, 2000. – 448 с.

68. Поляков О.Ю. Принципы культурной имагологии Даниэля-Анри Пажо. Филология и культура. 2-13. №2(32), С. 181-184

69. Почепцов Г.Г. Имиджелогия/ Г.Почепцов. – 6-е изд., стер. – М.: СмартБук, 2009. – 575 с.: табл., ил. – (Образовательная библиотека)

70. Прытков, А. В. Качественная и бульварная пресса в системе СМИ / А. В. Прытков // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2011. – № 2. – С. 211-215.

71. Ремник Дэвид. Могила Ленина: последние дни советской империи. / Дэвид Ремник; пер. с англ. Л. Оборина. — Москва: Издательство АСТ: CORPUS, 2017. — 624 с.

72. Роль образа России в формировании общеевропейского политического пространства / Отв. ред. Н. К. Арбатова. - М.: ИМЭМО РАН, 2009.

73. Россия в 1839 году [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.cultin.ru/books-rossiya-v-1839-godu> (Дата обращения 05.02.2019)

74. Россия в литературе Запада. Россия: МПГУ, 2018.
75. Россия и англоязычный мир: проблемы межкультурной коммуникации: Монография / авторы: Н.А.Кубанев, К.А. Власова, М.А. Аксютченко, Л.Н. Набилкина, Е.А. Третьяченко, Е.В. Пакина, В.И. Самохвалова. АГПИ им. А.П. Гайдара. – Арзамас: АГПИ. 2006 – 118 стр.
76. Савенкова А.Д. Образ России в английской публицистике 20-40-х гг. XX в.: к проблеме кросс-культурной коммуникации (Г.Дж. Уэллс, У.С. Моэм, Дж.Б. Пристли): диссертация ... кандидата филологических наук: 10.01.03 / Савенкова Анна Дмитриевна; [Место защиты: Нижегородский государственный университет им.Н.И.Лобачевского].- Нижний, 2016.- 213 с.
77. Святославский А.В. Сталинофобия или русофобия? Советская эпоха в фокусе современных исследований и мнений. Вопросы культурологии №11 2017. 2017;11.
78. Сергеева А. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность. Россия: Изд-во "Флинта", 2004. 322с.
79. Словарь литературоведческих терминов. - М.: Просвещение. 1974. - 513 с.
80. Смирнов, А. В. Сознание. Логика. Язык. Культура. Смысл / Смирнов А. В. - Москва: Издательский дом "ЯСК", 2015. - 712 с. (Серия "Studia philosophica") - ISBN 978-5-94457-235-6. - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785944572356.html> (дата обращения: 26.03.2022)
81. Смирнов С. Д. Мир образов и образ мира // Вестник Моск. ун-та. Серия 14. - Психология. - 1981. - №2.
82. Стереотипы о России. 8 историй о том, как нас видят иностранцы. Россия: Эксмо, 2022.
83. Теория и методология исторической науки. Терминологический словарь. Отв. ред. А.О. Чубарьян. [М.], 2014, 576с.
84. Тернер Ф. Дж. Фронтир в американской истории/пер. с англ. А.И. Петренко. М.: Весь Мир, 2009. 304 с.

85. Третьяченко Е.А. Образ Советской России в творчестве американских писателей и публицистов в историко-культурном контексте 1917-1991 гг.: диссертация ... кандидата культурологии: 24.00.01 / Третьяченко Елена Александровна; [Место защиты: Шуйс. гос. пед. ун-т].- Шуя, 2010.- 196 с.: ил. РГБ ОД, 61 10-24/100
86. Филимонова М. Дихотомия «Свой/Чужой» и ее репрезентация в политической культуре Американской революции. Россия: ЛитРес, 2021. 307 с.
87. Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия. 1983. 840 с.
88. Фомин, И. В. О семиотической модели образа / И. В. Фомин // Слово.ру: балтийский акцент. – 2018. – Т. 9. – № 2. – С. 37-51. – DOI 10.5922/2225-5346-2018-2-3.
89. Формирование образа России в массовом сознании как предмет идеологической борьбы: монография / под ред. А.Л. Анисина. Тюмень: Тюменский институт повышения квалификации сотрудников МВД России, 2015. 89 с.
90. Цилюрик Д.Д. Образ России в современном французском политическом медиадискурсе: по материалам электронных версий ежедневных газет "Монд", "Фигаро" и "Либерасьон" за 2008-2012 гг.: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.01.10 / Цилюрик Дарья Дмитриевна; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. Фак. журналистики]. - Москва, 2013.- 289 с.: ил. РГБ ОД, 61 13-10/792
91. Чекушина М.В. Проблемы национального самосознания Русских: этнические стереотипы населения - специализированная информация. Россия: ИНИОН РАН, 1998. 47 с.
92. Чэнь Ци. Образы современной России в культуре Китая (1991-2019): диссертация ... кандидата: 24.00.01 / Чэнь Ци; [Место защиты: ФГБОУ ВО «Комсомольский-на-Амуре государственный университет»], 2020.- 155 с.
93. Чубарьян А.О. Мир в XX веке. М: Наука, 2001. - 487 с.
94. Чувильская Е.А. Образ русского туриста глазами немцев / Е.А. Чувильская [и др.] // Политическая лингвистика. — 2013. — №3 (45). — С. 194–198.

95. Шпенглер О. Закат Европы. Том 1. Россия: Мультимедийное издательство Стрельбицкого, 2021.
96. Энциклопедия эпистемологии и философии науки. – URL: <http://philosophy.niv.ru/doc/encyclopedia/epistemology/articles/825/rezentaciya.htm> (дата обращения 12.02.2022)
97. Эстетика и теория искусства XX века. Хрестоматия. Россия: Прогресс-Традиция, 2017.1065 с.
98. 40 favourite books of famous people [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.shortlist.com/entertainment/40-favourite-books-of-famous-people/98635> (Дата обращения 05.02.2019)
99. Althen G. American way. A guide for foreigners in the United States. – Yarmouth: Intercultural press Inc., 2003. – 295p.
100. Andrew Higgins. Russian Professor, Found With Bag of Severed Arms, Admits He Killed Student. 11.11.2019. [Электронный ресурс] URL: <https://www.nytimes.com/2019/11/11/world/europe/russia-professor-napoleon-murder.html> (Дата обращения 22.12.2019)
101. Andrews B. The Best Vodkas for the Holidays, Plus 10 Festive Cocktail Recipes. [Электронный ресурс] Адрес доступа: <https://www.wsj.com/articles/best-vodka-cocktail-recipes-11639777509>. Дата обращения 15.01.2022
102. Basulto, D. Russophobia: How Western Media Turns Russia Into the Enemy. Соединенные Штаты Америки: Dominic Basulto, 2015. 286p.
103. Becky Little. When a Russian President Ended Up Drunk and Disrobed Outside the White House. <https://www.history.com/news/bill-clinton-boris-yeltsin-drunk-1994-russian-state-visit> Дата обращения 30.03.2020
104. Brook T. Hollywood stereotypes: why are Russians the bad guys? [Электронный ресурс]. 05.11.2014. Режим доступа: <http://www.bbc.com/culture/story/20141106-why-are-russians-always-bad-guys>
105. Brunsch C. Stereotyping as a Phenomenon in Intercultural Communication. Германия: Bod Third Party Titles, 2007.

106. Buhman A. Measuring Country Image. Theory, Method, and Effects. Springer VS. Wiesbaden, 2016. 165 p.
107. Chan, T. W., & Goldthorpe, J. H. (2007). Social Status and Newspaper Readership. *American Journal of Sociology*, 112(4), 1095–1134. <https://doi.org/10.1086/508792>
108. Church G.J. The end of the USSR. [Электронный ресурс]. URL: <http://content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,974495,00.html> (дата обращения: 05.05.2021)
109. Communists: The Battle over the Tomb. [Электронный ресурс]. URL: <http://content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,870884,00.html> (дата обращения: 04.05.2021)
110. Crompton, Samuel (July 1, 2007). Sputnik/Explorer I: The Race to Conquer Space. New York City: Chelsea House Publications. p. 4.
111. Dillon B. Four Stories from the Russian Arctic. [Электронный ресурс] Адрес доступа: <https://www.newyorker.com/culture/photo-booth/four-stories-from-the-russian-arctic>. Дата обращения 16.01.2022
112. Dukic Davor. The Concept of the Cultural Imagery: Imagology with and not against the early Völkerpsychologie. *Discontinuities and Displacements: Studies in Comparative Literature*. Ed. E. F. Coutinho. ("Proceedings of the XVIII. Congress of the ICLA"). Rio de Janeiro: aeroplano editora. 2009. – С. 71-80.
113. Gaufman E. Security Threats and Public Perception: Digital Russia and the Ukraine Crisis. Германия: Springer International Publishing, (n.d.).
114. Glasser S.B. Joe Biden Just Had a Summit with Vladimir Putin and Nothing Crazy Happened. [Электронный ресурс] Адрес доступа: <https://www.newyorker.com/news/letter-from-bidens-washington/joe-biden-just-had-a-summit-with-vladimir-putin-and-nothing-crazy-happened>. Дата обращения 16.01.2022
115. Glasser S.B. Vladimir Putin Has a Message: “Hey, Joe, Are You Listening?”. [Электронный ресурс] Адрес доступа: <https://www.newyorker.com/news/letter-from-bidens-washington/vladimir-putin-has-a-message-hey-joe-are-you-listening>. Дата обращения 16.01.2022

116. Gorer, G., Rickman, J., Mead, M. (2001). Russian culture. Великобритания: Berghahn Books., 320p.
117. Grayson B.L. The American Image of Russia, 1917-1977. Великобритания: Ungar, 1978. 388 p.
118. Hall S. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. (1997). Индия: SAGE Publications.
119. Hall, Edward, T. Beyond Culture. Anchor Books (December 7, 1976) 256p
120. Hawkins D. Your questions about covid, answered: Is there reliable data about Russian vaccines? [Электронный ресурс] Адрес доступа: https://www.washingtonpost.com/health/your-questions-about-covid-answered-is-there-reliable-data-about-russian-vaccines/2021/11/19/233a50fe-47f5-11ec-95dc-5f2a96e00fa3_story.html Дата обращения 15.01.2022
121. Henry Meyer, Gwen Ackerman. Russia Rejects Jailed Israeli's Appeal As Netanyahu Faces Vote. 19.12.2019. [Электронный ресурс] URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-12-19/russia-rejects-jailed-israeli-s-appeal-as-netanyahu-faces-vote> (Дата обращения 22.12.2019)
122. Hinton, Dr Perry R. Stereotypes, Cognition and Culture. Великобритания: Taylor & Francis, 2013. 219 p.
123. Ilya Arkhipov. Don't Sweat U.S. Presidential Vote, Russia Says It's on the Case. 12.11.2019. [Электронный ресурс] URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-11-12/don-t-sweat-u-s-presidential-vote-russia-says-it-s-on-the-case> (Дата обращения 22.12.2019)
124. International: die, but not retreat. [Электронный ресурс]. URL: <http://content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,790648,00.html> (дата обращения: 04.05.2021)
125. Jahoda G. Crossroads Between Culture and Mind: Continuities and Change in Theories of Human Nature. Великобритания, Harvard University Press, 1993. 221p.
126. Jahoda G. Images of Savages: Ancient Roots of Modern Prejudice in Western Culture. Великобритания, Taylor & Francis, 2018. 320p.

127. James Bunyan, *The Russian Revolution, 1917–1921*. By WILLIAM HENRY CHAMBERLIN. Two volumes. (New York: Macmillan Company. 1935. Pp. xi, 511; ix, 556. \$10.00.), *The American Historical Review*, Volume 41, Issue 2, January 1936, Pages 342–344.
128. John F. Burns. Brezhnev is dead in Soviet an age 75; no immediate word on a successor; U.S. foresees no early policy shifts [Электронный ресурс] URL: <https://www.nytimes.com/1982/11/11/world/brezhnev-dead-soviet-age-75-no-immediate-word-successor-us-foresees-no-early.html?searchResultPosition=2> (Дата обращения 16.07.2020)
129. John Quentin Cook. *The Image of Russia in Western European Thought in the Seventeenth Century*. A Thesis submitted to the Graduate Faculty of the University of Minnesota. – 1959, 490 pages.
130. Kashin O. Russians outraged by «crude stereotyping» in Robbie Williams video [Электронный ресурс]. 05.10.2016. Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2016/oct/05/robbie-williams-party-like-a-russian-video>
131. Kortava D. Taking Care with Babushka Classics, at Tzarevna. [Электронный ресурс] Адрес доступа: <https://www.newyorker.com/magazine/2021/09/13/taking-care-with-babushka-classics-at-tzarevna>. Дата обращения 16.01.2022
132. Ковпак J. Stalin, vodka and nuclear Weapon: How not to write about Russia. *The Guardian*. 17.05.2016 [Электронный ресурс] URL: <https://www.theguardian.com/world/2016/may/17/stalin-vodka-and-nuclear-weapons-how-not-to-write-about-russia>. Дата обращения: 27.05.2018
133. Laurušaitė L. *Imagology Profiles: The Dynamics of National Imagery in Literature*. Великобритания: Cambridge Scholars Publishing, 2018. 265 p.
134. Leerssen J. T., Beller M. *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters: a Critical Survey*. Нидерланды: Rodopi, 2007. 476 p.
135. Leerssen J., Doorslaer L., Flynn P. *Interconnecting Translation Studies and Imagology*. Нидерланды: John Benjamins Publishing Company, 2016. 333 p.

136. Letter from Franklin D. Roosevelt to Joseph Stalin (29 March 1945)
https://www.cvce.eu/en/obj/letter_from_franklin_d_roosevelt_to_joseph_stalin_29_march_1945-en-3544616e-415f-4ba3-af34-22b190334f98.html Дата обращения 2.04.2020
137. Logcher M. Russia? An Analysis of Russia's Identity and Current Image Among a Young Western European Age Group. Нидерланды: NHTV Breda University of Applied Sciences, 2006.
138. Longman Dictionary of Contemporary English – URL:
<https://www.ldoceonline.com/dictionary/image> (дата обращения 9.02.2022)
139. Marshall McLuhan, Understanding Media: The Extensions of Man. New York: McGraw Hill, 1964. 396 p.
140. Massov O. This one-bowl Russian apple cake reminds us of hospitality in difficult times. [Электронный ресурс] Адрес доступа:
<https://www.washingtonpost.com/food/2020/10/23/sharlotka-recipe-russian-apple-cake/>
 Дата обращения 15.01.2022
141. Merchant Moscow: Images of Russia's Vanished Bourgeoisie. Соединенные Штаты Америки: Princeton University Press, 2016. 346 p.
142. Mikkelson D. Russian Crewlette. [Электронный ресурс]. Дата обновления 08.09.2016. URL: <http://www.snopes.com/radiotv/tv/chekov.asp>
143. Morgan R. Borscht, pierogi and community: A revolutionary Russian restaurant nears its last days. [Электронный ресурс] Адрес доступа:
<https://www.washingtonpost.com/food/2021/10/08/russian-house-california-restaurant/>
 Дата обращения 15.01.2022
144. Music: Shostakovich & the Guns. 20.07.1942.
<http://content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,796043,00.html> Дата обращения 9.05.2021
145. Nachbar J.G., Kevin Lausé. Popular Culture: An Introductory Text. Popular Press, 1992 - 504p.
146. Natan Gardels. Brzezinski: America's Global Influence Depends On Cooperation With China. [Электронный ресурс] Адрес доступа:

https://www.huffpost.com/entry/zbigniew-brzezinski-america-influence-china_n_585d8545e4b0d9a594584a37 Дата обращения 1.04.2020

147. Olga Ackroyd. Russia in American Literature, British Library. Conference reviews. [Электронный ресурс] Адрес доступа: <http://www.baas.ac.uk/usso/russia-in-american-lit/> Дата обращения 17.06.2019

148. Paul Musgrave. Mikhail Gorbachev's Pizza Hut Thanksgiving Miracle [Электронный ресурс] URL: <https://foreignpolicy.com/2019/11/28/mikhail-gorbachev-pizza-hut-ad-thanksgiving-miracle/> Дата обращения 16.07.2020

149. Petersson, B. National Self-Images and Regional Identities in Russia. Великобритания: Taylor & Francis Group, 2019. 230p.

150. Pickhan, Gertrude. (1). Mein Russland. Anfänge, Themen und Bilder. Quaestio Rossica, (1), 36 - 52.

151. Ross A. The Drenching Richness of Andrei Tarkovsky. [Электронный ресурс] Адрес доступа: <https://www.newyorker.com/magazine/2021/02/15/the-drenching-richness-of-andrei-tarkovsky>. Дата обращения 16.01.2022

152. Ross A. Stravinsky's Plague Opera. [Электронный ресурс] Адрес доступа: <https://www.newyorker.com/magazine/2021/06/28/stravinskys-plague-opera>. Дата обращения 16.01.2022

153. Russian reversal. [Электронный ресурс] Адрес доступа: http://lurkmore.to/Russian_Reversal

154. Russia's Identity in International Relations: Images, Perceptions, Misperceptions. N.p.: Taylor & Francis, 2012. 176p.

155. Schein, E. (2004). Organizational culture and leadership (3rd ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass. 437p.

156. Schjeldahl P. Choose Your Own Kandinsky Adventure at the Guggenheim. [Электронный ресурс] Адрес доступа: <https://www.newyorker.com/magazine/2021/11/15/choose-your-own-kandinsky-adventure-at-the-guggenheim>. Дата обращения 16.01.2022

157. Shimer D. Election meddling in Russia: When Boris Yeltsin asked Bill Clinton for help. [Электронный ресурс] Адрес доступа:

<https://www.washingtonpost.com/history/2020/06/26/russian-election-interference-meddling/> Дата обращения 15.01.2022

158. Shlapentokh D.V. (2014) Implementation of an ideological paradigm: early Duginian Eurasianism and Russia's Post-Crimean discourse. *Contemporary Security Policy* 35(3): 380–399.

159. Snider M. First look: Mickey Rourke suits up as Whiplash for «Iron Man 2» [Электронный ресурс]. Дата обновления 9.12.2009. Режим доступа: http://usatoday30.usatoday.com/life/movies/news/2009-06-09-ironman2-rourke_N.htm

160. Stengel R. Choosing order before freedom. [Электронный ресурс]. URL: https://content.time.com/time/specials/2007/personoftheyear/article/0,28804,1690753_1690757,00.html. Дата обращения: 03.05.2021

161. Świdarska, Małgorzata. "Comparativist Imagology and the Phenomenon of Strangeness". *CLCWeb: Comparative Literature and Culture* 15.7 (2013) [Электронный ресурс] Режим доступа: <<https://doi.org/10.7771/1481-4374.2387>> . Дата обращения 15.03.2019

162. Swift A. Americans See Russia Less Negatively, as Less of a Threat. [Электронный ресурс]. Дата обновления 18.02.2016. URL: <http://news.gallup.com/poll/189284/americans-russia-less-negatively-less-threat.aspx>.

Дата обращения: 02.04.2018

163. Taras R. *Russia's Identity in International Relations: Images, Perceptions, Misperceptions*. N.p.: Taylor & Francis, 2012. 176 p.

164. Tarasheva, E. (2014). *Image of a Country Created by International Media: The Case of Bulgaria*. Великобритания: Cambridge Scholars Publisher.

165. Thatcher I.D. Brezhnev as Leader. In: Bacon E., Sandle M. (eds) *Brezhnev Reconsidered. Studies in Russian and East European History and Society.*, London: Palgrave Macmillan, 2002. 233p.

166. *The American Image of Russia, 1775-1917*. Соединенные Штаты Америки: Ungar, 1974. 256 p.

167. The Executive of the Presidents Soviet Protocol Committee (Burns) to the President's Special Assistant (Hopkins). [Электронный ресурс] Адрес доступа: <https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1943/d317> Дата обращения 25.06.2019
168. Tucker N.Y. The Metaphorical Image of Russia in Political Discourse. N.p.: New Mexico Highlands University, 2012. 362 p.
169. U.S. Mandel. Dictionary of Public Administration. Sarup&Sons, 2007. 568p.
170. Victoria Shannon. Russia in Libya, China Trade, Trump Inquiry: Your Wednesday Briefing. 6.11.2019. [Электронный ресурс] URL: <https://www.nytimes.com/2019/11/06/briefing/russia-libya-trump-impeachment-china-trade.html> (Дата обращения 22.12.2019)
171. W. J. T. Mitchell. Iconology: Image, Text, Ideology. University of Chicago Press, 2013, - 236p.
172. W.J.T. Mitchell's Image Theory: Living pictures. Ed. By Krešimir Purgar. Taylor & Francis, 2016. – 301p.
173. Yaffa J. A Black Communist's Disappearance in Stalin's Russia. [Электронный ресурс] Адрес доступа: <https://www.newyorker.com/magazine/2021/10/25/a-black-communists-disappearance-in-stalins-russia-lovett-fort-whiteman-gulag>. Дата обращения 16.01.2022
174. Yaffa J. The Sputnik V Vaccine and Russia's Race to Immunity. [Электронный ресурс] Адрес доступа: <https://www.newyorker.com/magazine/2021/02/08/the-sputnik-v-vaccine-and-russias-race-to-immunity>. Дата обращения 16.01.2022
175. Yaniv O. Digital Media and Culture. Counter Stereotypes about Foreign Cultures by Using Weblogs in the EFLC. Германия: GRIN Verlag, 2016.
176. Zacharasiewicz W. Imagology Revisited. Нидерланды: Rodopi, 2010. 571 p.

Видеоматериалы

Obama & Putin Phone Conversation on "Tonight Show". [Электронный ресурс]:https://www.youtube.com/watch?v=zmIUmlE4Ocl&ab_channel=TheTonightShowStarringJimmyFallon

Pizza Hut Gorbachev TV Spot Commercial:60 International version. [Электронный ресурс]:https://www.youtube.com/watch?v=fgm14D1jHUw&ab_channel=TomDarbyshire

Putincize. [Электронный ресурс]:https://www.youtube.com/watch?v=Fcb4rLzXF10&ab_channel=JimmyKimmelLive

Robbie Williams. Party Like A Russian (Official Video). [Электронный ресурс]:https://www.youtube.com/watch?v=MdYQG7B0Vew&ab_channel=RobbieWilliams

The Simpsons - Return of The Soviet Union. [Электронный ресурс]:https://www.youtube.com/watch?v=bBMeMrPuQyU&ab_channel=MattKelly

Viktor Petrov sings "Korobeiniki" (House of Cards). [Электронный ресурс]:https://www.youtube.com/watch?v=x0bNhdtfX10&ab_channel=SirBobek