

Выпуск 1



ФАКУЛЬТЕТ
МИРОВОЙ
ПОЛИТИКИ
МГУ ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА

НАЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА



Москва 2023

СОДЕРЖАНИЕ

К читателям

Раздел 1. «Особенности международной коммуникации в контексте национальных культур»

Бойко Д. Д., Милюкова А.И. Французский как язык международных организаций

Босый И.В., Голованова А.В. Как формируется образ русского человека во Франции?

Илларионова М.С. Особенности межкультурной коммуникации в Италии

Климова К. М., Юринский Д. Д. Формирование ценностного отношения к России в испанской прессе

Тишина А.П. Английский язык как инструмент политики «мягкой силы» Великобритании

Раздел 2. Проявление русофобии в западных СМИ

Абрамова Е.А. Проявление русофобии на примере деятельности итальянских СМИ

Викулин Д.О. Антироссийская пропаганда в Германии: прошлое и настоящее

Власенко А.В. Проявление русофобии в заголовках статей общественно-политической газеты «El País»

Тишина А.П. Информационные войны в контексте современных международных отношений

К читателям



Л.Э. Слуцкий

- член Редакционного совета бюллетеня
- президент факультета мировой политики МГУ имени М.В. Ломоносова
- председатель Комитета Государственной Думы РФ по международным делам

Дорогие читатели!

Факультет мировой политики (ФМП) МГУ имени М.В. Ломоносова представляет Вашему вниманию новый издательский проект - первый номер бюллетеня «Национальная идентичность и политическая культура». Бюллетень планируется издавать в электронном формате два раза в год по материалам студенческих конференций, которые проводят клубы языков и культур при кафедре международной коммуникации.

Может возникнуть вопрос, почему клубы языков и культур не только существуют на факультете мировой политики, но и так активно развиваются, что возникла необходимость создать для них новый бюллетень? Дело в том, что национальная культура, которая включает в себя общенациональный (государственный) язык, общенациональные

ценности, демократические правовые нормы и политические институты является залогом развития национального государства, выступающего как самостоятельный актор на международном уровне. Политическая культура, в свою очередь, выступает как подсистема национальной культуры.

Крах политики мультикультурализма в Европе, многочисленные конфликты на мировой арене, в основе которых лежат этнокультурные противоречия, доказывают актуальность изучения национальной идентичности как необходимого условия обеспечения социального мира и национального единства государства. В настоящее время существует огромное число многонациональных государств, стабильность которых во многом зависит от того, насколько их граждане, сохраняя свое этническое своеобразие, признают общенациональные ценности и идеалы и являются представителями определенной нации.

В эпоху Нового времени нация стала центральным элементом, организующим сообщество. Именно национальная идентичность в Европе пришла на смену старым сообществам, в какой-то степени доставшимся в наследство от Средневековья новым, формирующимся нация-государствам. Национальная идентичность впитала в себя исторический путь народа, стала его неотъемлемой частью и основой для формирования политической культуры.

Современная система международных отношений основана на принципах, установленных в середине XVII века системой соглашений, вошедших в историю как «Вестфальский мир». Религиозное противостояние Средневековья сменил новый принцип структурирования человеческих обществ - национальная идентичность. Прошедшие века

принесли очень много изменений в жизнь людей, но по-прежнему ключевым участником международных отношений остаются национальные государства. Нельзя отрицать влияния процессов глобализации, трансформаций, связанных со становлением информационного общества и виртуального пространства взаимодействия людей, но все же критерием разделения на «своих» и «чужих» по-прежнему служит национальная идентичность.

Новая геополитическая реальность, в частности, деградация диалога между Россией и рядом государств "коллективного Запада", актуализировала широкий круг вопросов в рамках исследований международных отношений. Среди ключевых повесток, активно предлагаемых российской дипломатией, - выстраивание равноправного и взаимовыгодного диалога со всеми заинтересованными в этом государствами, а также продвижение национальных интересов России на международной арене, в том числе в информационной сфере.

Факультет мировой политики Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова, как один из ведущих отечественных научно-аналитических (мозговых) центров, призван служить дискуссионной площадкой для комплексного осмысления современных глобальных трендов, а также проистекающих из них угроз, возможностей и рисков для России. Бюллетень даст возможность студентам представить результаты своих исследований, глубже проникнуть в сложности современного политического процесса на международном уровне, раскрывая национальную специфику политики разных государств в ходе их взаимодействия и при принятии важных решений, определяющих направление мирового развития.

Первый выпуск бюллетеня состоит из двух частей и включает в себя 9 статей, в которых рассматриваются следующие темы: «Особенности международной коммуникации в контексте национальных культур» и «Проявление русофобии в западных СМИ».

Открывает бюллетень статья студенток 3 курса бакалавриата ФМП Бойко Д.Д. и Милюковой А.И. «Французский как язык международных организаций», рассказывающая об истории французского языка, как международного. Статья студентов 2 курса магистратуры ФМП Босого И.В. и Головановой А.В. «Как формируется образ русского человека во Франции» рассматривает проблему отношения к русским во Франции и результаты опроса общественного мнения по этому вопросу. Вопрос особенностей межкультурной коммуникации переговорного процесса в Италии освещается в статье студентки 2 курса магистратуры ФМП М.С.Илларионовой. В работе старшего преподавателя кафедры международной коммуникации ФМП К.М.Климовой и студента бакалавриата ФМП Д.Д.Юринского поднимается вопрос ценностного отношения к России в испанской прессе. Заканчивается первая часть бюллетеня статьей студентки 2 курса бакалавриата ФМП А.П.Тишиной – «Английский язык как инструмент политики «мягкой силы» Великобритании. В статье выделяются основные направления реализации политики «мягкой силы» и роли в ней английского языка.

Тема русофобии стала особенно острой в настоящее время, когда против России развернута мощная информационная война. И студенты факультета мировой политики не могли пройти мимо этого факта. Вторая часть бюллетеня посвящена анализу ситуации в разных странах в разрезе информационного противостояния России и «коллективного Запада».

Эта часть включает в себя четыре статьи. Среди них работа студентки 2 курса магистратуры ФМП Е.А. Абрамовой «Проявление русофобии на примере деятельности итальянских СМИ», в которой автор рассматривает крупнейшие итальянские ежедневные газеты LaStampa и LaRepubblica. Продолжает тему русофобии статья студента 2 курса бакалавриата ФМП Д.О. Викулина «Антироссийская пропаганда в Германии: прошлое и настоящее», где рассматривается проявление русофобии в публичном и информационном пространстве Германии в период с 1914 г. по настоящее время. Эта же проблема затрагивается в статье студента 3 курса бакалавриата ФМП А.В.Власенко «Проявление русофобии в заголовках статей общественно-политической газеты «ELPAIS». Автор рассматривает историю формирования стереотипов о советской и Российской политической элите внутри Испании, в которых заложен этнический признак. Заключительная статья второй части бюллетеня - «Информационные войны в контексте современных международных отношений» студентки 2 курса бакалавриата ФМП А.П.Тишиной, в которой автор раскрывает понятие «информационных войн и выделяет основные этапы и методы ее ведения».

Студенческая наука интенсивно развивается на факультете мировой политики и выходит на новый уровень, когда молодые исследователи делятся результатами своей работы с широкой научной общественностью. Надеюсь, что бюллетень будет интересен не только для политологов-международников, но и для специалистов в области международной коммуникации и культурологии.

Желаю успеха!

Раздел 1. «Особенности международной коммуникации в контексте национальных культур»



Д. Д. Бойко



А. И. Милюкова²

ФРАНЦУЗСКИЙ КАК ЯЗЫК МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. Французский язык обладает богатой историей своего развития. Он широко распространен во многих странах по всему миру и активно используется в общении как на международном, так и на бытовом уровнях. Французский занимает второе место в мире, уступая английскому, и является официальным языком многих международных организаций. В их число входят ООН и ее организации, а также Совет Европы, ЕС, НАТО, ВОЗ, ВПС и других. Кроме того, французский язык – это официальный язык некоторых неправительственных организаций – таких, как Олимпийские игры и FIFA. Однако на данный момент его положение ослабевает, что связано с активным и повсеместным распространением и использованием английского языка во многих международных организациях.

Ключевые слова: французский, развитие, международные организации, тенденции, динамика.

FRENCH AS THE LANGUAGE OF INTERNATIONAL ORGANIZATIONS

Boyko, Darya³
Milyukova, Alexandra⁴

Abstract. The history of the development of French is important for research. It is actively used in communication in the international arena and is widely distributed in many countries around the world. French is the second-ranking language after English and

¹ Бойко Дарья Дмитриевна, студентка 3 курса факультета мировой политики Московского Государственного Университета имени М.В. Ломоносова, e-mail: das-02@yandex.ru

² Милюкова Александра Игоревна, студентка 3 курса факультета мировой политики Московского Государственного Университета имени М.В. Ломоносова, e-mail: alex-1471@mail.ru

³ Boyko, Darya, 3rd year student of the Faculty of World Politics of Lomonosov Moscow State University, e-mail: das-02@yandex.ru

⁴ Milyukova, Alexandra, 3rd year student of the Faculty of World Politics of Lomonosov Moscow State University, e-mail: alex-1471@mail.ru

the official language of many international organizations, including the UN, Council of Europe, EU, NATO, WHO, UPU, and others as well as some non-governmental organizations (Olympic Games and FIFA). However, nowadays its position is weakening due to the active and widespread dissemination and use of English in many international organizations.

Keywords: French, development, international organizations, trends, dynamics.

Французский язык относится к индоевропейской группе и является официальным или вторым официальным языком во многих странах мира, когда-то колонизированных Францией или находящихся недалеко от франкоговорящих регионов. За долгую и богатую историю развития французский язык закрепил за собой статус языка дипломатии и коммуникации на площадках различных международных организаций.

Французский язык уже в средние века выполнял функции международного языка. Это напрямую связано с главенствующей ролью Франции в Европе среди феодальных государств. В XI в. французский становится государственным языком Англии. Многие английские короли даже не знали английских слов. Например, Эдуард III (1003–1066) разговаривал, читал и писал исключительно на французском языке. Это было связано с тем, что все законодательные акты и другие документы составлялись именно на этом языке. Кроме того, об активном использовании французского в Англии свидетельствует большое количество французских слов, которые проникли в английский язык в результате долгого использования. Лингвисты отмечают, что около 58% английских слов

заимствованы из латыни или французского, в частности, 29% из них – чистые заимствования из французского языка (например, *permission* (Fr.) – *permission* (Eng.) – *разрешение* (рус.); *gouvernement* (Fr.) – *government* (Eng.) – *правительство* (рус.); *science* (Fr.) – *science* (Eng.) – *наука* (рус.) и др.). Также стоит отметить влияние французского языка в Италии, где известные писатели создавали на нем свои произведения («Книга о разнообразии мира» Марко Поло; «Книга сокровищ» Брунетто Латини)¹.

В XVII-XVIII вв. французский язык приобретает действительно международное значение. В это время им активно пользуются аристократия и представители ученого мира, заменив латинский французским как в науке, так и в общественной жизни. В таких странах, как Италия, Англия, Германия и во многих скандинавских государствах он рассматривался в качестве языка современной цивилизации.

Огромный прогресс в обретении статуса полноценного языка дипломатии и международных отношений французский сделал в годы правления Людовика XIV². В этот период Французская империя достигла колоссальных успехов в дипломатии. Еще никогда французские дипломаты при императоре не имели такого влияния в обществе: они брали на себя различные роли и представляли интересы непосредственно самого государя, порой жертвуя воображаемыми требованиями чести. Наравне с дипломатами большими успехов достигли и военачальники французской армии, что способствовало распространению французского за пределами страны из-за составления мирных договоров на родном языке державы-победительницы.

¹ Французский язык – язык международного общения // Studopedia.ru. – 2015 г. - https://studopedia.ru/5_61597_frantsuzskiy-yazik-yazik-mezhdunarodnogo-obshcheniya.html

² Светская культура в эпоху Людовика XIV // Diletant.media. – 30 июня 2015 г. - <https://diletant.media/articles/25201549/#>

Безусловно, в этих условиях произошло усиление динамики развития стилистических ресурсов официально-делового стиля во французском языке.

Конец XVIII – начало XIX вв. были ознаменованы таким феноменом, обеспечившим расцвет французского языка в европейских аристократических кругах, как *франкофилия* или *галломания* (в Российской империи). Это страстное почтение ко всему связанному с Францией (история, искусство, литература, архитектура и, конечно, язык), выражаемое в стремлении подражать быту французов, в частности, в России¹. Динамика этого явления достигла пика в эпоху Просвещения как ответ на достижение Францией статуса великой державы. Тенденция становления за французским статусом языка дипломатии подтверждается тем, что французский стал языком частной переписки на международном уровне.

Именно в XIX в. начали образовываться первые глобальные национальные объединения и международные негосударственные и межгосударственные организации: так, в 1863 г. была учреждена *негосударственная гуманитарная организация Международный комитет Красного Креста*, официальным языком которого был объявлен французский, а в 1896 г. состоялись первые в современной истории *Олимпийские игры* и также именно французский язык был признан в качестве официального. Кроме того, важно подчеркнуть тот факт, что французский является единственным официальным языком *Всемирного почтового Союза (ВПС)*, основанного еще в 1874 г. В целом,

французский язык является единственным официальным языком во многих международных организациях, созданных до начала Второй Мировой Войны (ВМВ). Такое привилегированное положение обусловлено международным положением, которое занимала тогда Франция на мировой арене².

Позже влияние французского языка распространилось и на другие международные организации, которые постепенно образовывались в XX в. после двух мировых войн, обусловивших динамику интеграционных движений. Так, французский приобрел статус официального языка *ООН* (наряду с английским, арабским, испанским, китайским и русским), *ЮНЕСКО*, *ЕС*, *МВФ*, *ЕСПЧ*, *ВОЗ*, *НАТО* и др.

Особый вклад в укрепление роли французского языка в период деколонизации, т.е. во второй половине XX в., внесло создание *Международной организации франкоязычных стран (МОФС, или Франкофония)* в 1970 г., объединившей франкоговорящие страны, в том числе бывшие колонии Франции и ставящей перед собой цель культурного и лингвистического распространения французского языка³.

По данным на 2018 г. Франкофония включает более 300 миллионов человек, которые территориально распределены следующим образом: 33,2% - страны Европы; 44,5% - страны Африки к югу от Сахары и Индийского океана; 15% - Северная Африка и Ближний Восток; 7% - регион Северной и Южной Америки и Карибского бассейна; 0,3% - регион

¹ Орлов А.А. Галломания в России (конец XVIII - начало XIX в.) // Statehistory.ru. – 29 июня 2014 г. - <https://statehistory.ru/4648/Gallomaniya-v-Rossii-konets-XVIII-nachalo-XIX-v/>

² Организация Объединенных Наций. Всемирный почтовый Союз // UN.org. - <https://www.un.org/ru/ecosoc/upu/>

³ Франкофония - пространство для многостороннего сотрудничества // Министерство Европы и иностранных дел. Дипломатия Франции – 2022 г. - <https://www.diplomatie.gouv.fr/ru/politique-etrangere/frankofoniya-i-francuzskij-jazyk/la-francophonie-espace-de-cooperation-multilaterale/>

Азии/Океании¹. Существуют прогнозы относительно того, что число носителей французского языка к 2070 г. может достигнуть отметки от 477 до 747 миллионов человек. При таких прогнозах французский станет наиболее распространенным языком в мире.

Действительно, французский язык является динамичным, одним из самых быстрорастущих по количеству носителей языков: число франкоговорящих неуклонно растет, примерно на 9,6% с 2014 года. Это объясняется возрастной демографией Африки и растущим уровнем рождаемости в этом регионе, где французский - единственный официальный язык в одиннадцати африканских странах и второй официальный язык в десяти.

Таким образом, французский остается официальным рабочим языком многих международных учреждений и на сегодняшний день прочно занимает место второго мирового языка. Несмотря на некоторые тенденции постепенного ослабления положения французского, например, присоединение к ЕС нефранкоговорящих стран, использующих в качестве средства общения английский язык и невозможность в перспективе соблюдать Римский договор по надделению национальных языков всех стран-членов ЕС статусом официальных языков организации, французский язык исторически является языком международных организаций и этот статус на данный момент непоколебим. Не случайно дипломат и правовед Р. Заллет отмечал в работе «Дипломатическая служба»: «Ни одна другая страна не может похвалиться чем-либо подобным в этой области (дипломатии). Этим объясняется, почему французский язык, начиная с XVIII века и до наших дней, повсюду признается

всеобщим дипломатическим языком, хотя это не было оговорено никакими соглашениями».

¹ Французский язык в мире. Краткое изложение книги // Gallimard. Международная организация Франкофонии - 2018 г. - <http://observatoire.francophonie.org/wp-content/uploads/2019/02/LFDM-Synthese-Russe.pdf>

КАК ФОРМИРУЕТСЯ ОБРАЗ РУССКОГО ЧЕЛОВЕКА ВО ФРАНЦИИ?



И.В. Босый



А.В. Голованова²

Аннотация. В статье поднимается проблема формирования образа русского

человека у населения Франции на современном этапе. Изучаются французские государственные источники, официальные высказывания, общественные опросы, средства массовой информации и социальные сети, и их роль в создании «имиджа» нашей страны и населения в глазах французов. Делается вывод, что, несмотря на активную негативную риторику официальных источников и средств массовой информации, французы, опираясь на стереотипы и мнения соотечественников, побывавших в России, склонны к более позитивному восприятию русских людей.

Ключевые слова: образ России, образ русского человека, стереотипы, французские СМИ, антирусская риторика.

HOW IS THE IMAGE OF THE RUSSIANS FORMED IN FRANCE?

I. Bosyi³

A. Golovanova⁴

Abstract. The article touches upon the process of the image formation of the Russians in the French Republic. It examines different sources of information that contribute to the image building, ranging from the official governmental level and mass media to some public sources, such as social networks or blogs. The paper finds out that while official and state media sources are mostly concentrated on the negative image formation of Russia as an “aggressive” and “dangerous” country with “drunk and combative” people, personal blogs and social networks show that the perception of

¹ Босый Иван Владимирович, студент 2-го года обучения магистратуры факультета мировой политики. Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова; e-mail: 19ivanbosyi99@gmail.com

² Голованова Анастасия Валерьевна, студентка 2-го года обучения магистратуры факультета мировой политики. Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова; e-mail: nastya1999-06@gmail.ru

³ Bosyi Ivan, 2nd year master's student, School of World Politics, Lomonosov Moscow State University, e-mail: 19ivanbosyi99@gmail.com

⁴ Golovanova Anastasia, 2nd year master's student, School of World Politics, Lomonosov Moscow State University, e-mail: nastya1999-06@mail.ru

Russians amongst the French is mainly positive.

Key words: image of Russia, image of the Russians, stereotypes, French mass media, anti-Russian rhetoric.

Накал русофобских настроений сегодня отмечается в ряде стран мира, в том числе этот процесс заметен и во Французской Республике. Формирование образа современного русского человека в глазах местного населения происходит на нескольких уровнях, которые были взяты за основу для анализа в рамках данной работы: государственные и правительственные ресурсы; средства массовой информации; мнения французов в частных блогах и социальных сетях. Цель исследования – проанализировать официальную и публичную риторику во Франции в отношении России и российский гражданин.

Официальная сторона французского дискурса чрезвычайно важна при изучении того, как формируется образ русского человека в глазах местного населения. Безусловно, официальные оценки должны быть лишены излишней эмоциональности и неприкрытой субъективности, но зачастую даже невооруженным взглядом можно проследить конкретный вектор мысли, который официальные источники пытаются настойчиво продемонстрировать. В целом, основные французские официальные правительственные источники остаются нейтральными при каких-либо упоминаниях нашей страны, однако есть ряд предвзятых публикаций, которые формируют достаточно негативное отношение к гражданам нашей страны.

Сайт Министерства Европы и иностран-

ных дел Франции публикует необходимую информацию о разных странах: требования для въезда и пребывания в стране, климатические особенности, условия пользования транспортом, медицинской страховкой и т.д. Соответствующий раздел про Россию в основном отображает объективную информацию, однако в некоторых пунктах прослеживается риторика скорее негативного характера, поскольку заранее настраивает читателя на то, что в стране ему будут не рады, или же на то, что его пребывание может быть сопряжено с рядом проблем. Так, например, французов, готовящихся посетить Россию, предупреждают о том, что в случае остановки полицейскими для контроля алкоголя за рулем – толерантность и доброжелательность к иностранцу равны нулю¹. Также женщинам-туристам, желающим посетить Россию, настоятельно рекомендуется не пребывать в «зонах бдительности» без сопровождения из-за риска нападений на сексуальной почве: на данный момент «зоны бдительности», согласно сайту, - это вся территория России.

Президент Франции Эммануэль Макрон ведет активный «медийный» образ жизни, о чем свидетельствуют его частые выступления по местному телевидению: интервью, участие в различных телепередачах, обращения к нации. В связи с этим можно утверждать, что его влияние на формирование тех или иных взглядов достаточно велико: в последнее время тема России затрагивается достаточно часто, и, проследив основной вектор риторики президента Франции, можно заключить, что рядовой зритель и слушатель французских ТВ и радио будет иметь скорее негативное мнение о России и ее гражданах, как об «агрессивной»

¹ Russie. Infos utiles // diplomatie.gouv.fr. – 25 октября 2022 г. - <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/conseils-aux-voyageurs/conseils-par-pays-destination/russie/#complements>

стране¹, поскольку именно это определение используется главой государства в рамках дискуссий о России.

Отдельного внимания заслуживает рассмотрение того, как средства массовой информации формируют образ русского человека. К сожалению, в СМИ превалирует крайне субъективное отношение к русским. Набирая запрос «русский» во французском сегменте сети Интернет, попадаете статья, в которой собраны самые популярные факты о нашей нации. Среди них присутствуют повальное пьянство россиян и агрессивность народа, что, как известно, не соответствует действительности. В частности, приводится крайне ненаучный анализ нашего поведения. В статье говорится о том, что русские беспрерывно воюют уже на протяжении пятисот лет: с 1500 по 2000 годы соответственно. Такое наше поведение объясняется тем, что «пьяный и агрессивный народ, конечно, воинственен». Подобная характеристика русских как нации крайне примитивна и нереалистична.

Кроме этого, из русского формируется образ «неуправляемого медведя на коньках»: никто не знает в какую сторону он покатится в следующий момент и что от него ждать.

Особо хотим отметить тот факт, что с нарастанием присутствия России в мировой политике, власти Франции принимают меры, направленные на замалчивание величия нашей культуры и её влияния в этой стране. В этой связи французскими властями в Париже рассматривается вариант удаления из названия Консерватории имени Рахманинова имени нашего выдающегося соотечественника. Помимо этого,

престижный французский лицей имени Александра Солженицына планируют лишить имени нашего писателя. В СМИ эти действия освещаются в ракурсе того, что эти меры необходимы, ибо Россия своей политикой очернила и очерняет свой вклад в мировую культуру, фактически «отменив» всё лучшее, что было в ней.

Немаловажным аспектом в рамках исследования процесса формирования образа русского человека у французов является изучение общественного мнения. Так, например, последний на данный момент социологический опрос² населения об отношении французов к России, который был проведен до 2022 года, показал следующие результаты. У 44% французского населения Россия как страна вызывает недоверие, у 39% - любопытство, у 27% - скептицизм, а у четверти опрошиваемых французов – уважение. Однако, несмотря на достаточно противоречивые оценки нашей страны, отношение к русским как к народу значительно положительнее. Так, 63% французов заявляют, что испытывают симпатию к русским, при этом 84% опрошиваемых считают русских трудолюбивыми, 77% - дисциплинированными, 60% - дружелюбными, а 59% - гостеприимными. На данный момент опросы, которые проводят среди французского населения, в основном касаются политической и экономической ситуации, а также оценок деятельности России на международной арене; отношение к нашему населению и стране в целом пока что предпочитают не анализировать.

Несмотря на классические стереотипы о русских, на основе анализа открытых интернет-источников можно сделать ряд более «приближенных к жизни» выводов

¹ Pour Emmanuel Macron, "la Russie n'est pas agressive, elle est l'agresseur" // France24.com. – 2 марта 2022 г. - <https://www.france24.com/fr/europe/20220302-pour-emmanuel-macron-la-russie-n-est-pas-agressive-elle-est-l-agresseur>

² L'image de la Russie et des Russes auprès des Français // Harris Interactive.com. – 15 февраля 2019 г. - https://harris-interactive.fr/opinion_polls/limage-de-la-russie-et-des-russes-aupres-des-francais/

о том, как выглядит русский народ в глазах французов.

Так, например, бытует мнение, что русские – очень гостеприимная нация. Они (русские) любят ходить в гости, накрывать большие столы, и, главное условие – никогда не приходиться в гости с пустыми руками. Также французы выделяют особую черту нашего, русского, менталитета – веру в приметы: если черная кошка перебежала – нельзя пересекать ее путь; чтобы что-то сбылось – нужно постучать по дереву. Однако более всех примет французов поражает следующая: чтобы непременно случилось что-то хорошее – нужно сказать: «Ни пуха, ни пера!», а после необходимо отправить человека «к черту!», и тогда все загаданное сбудется. Также отмечается особое отношение русских мужчин к женщинам: они подадут руку при выходе из машины, уступят место в общественном транспорте, придержат дверь и пропустят вперед – вопреки современным тенденциям это не будет считаться посягательством на права женщин или унижением их достоинства, напротив, в России это считается поведением воспитанного человека. Кроме того, согласно распространенному мнению французов, русские люди редко улыбаются незнакомцам, поскольку в чужой компании они (русские) сдержаны и «замкнуты», не выражают излишних эмоций. Однако, несмотря на этот стереотип, французы, побывавшие в России, отмечают, что «у русских есть радость жизни», они «простые и откровенные».

Таким образом, формирование образа русского человека у французского населения происходит путем воздействия средств массовой информации, государственных источников и официальных лиц. К сожалению, на сегодняшний день в высказываниях официальных лиц

превалирует негативная риторика в отношении России, которая периодически подчеркивает исходящую от нас агрессию, что создает образ «опасной» для посещения страны, а также приводит к постепенной «отмене» российской культуры. Однако, в социальных сетях и открытых блогах можно проследить, что отношение к русскому народу, которое базируется на укоренившихся стереотипах и мнениях тех, кто бывал в России, преимущественно положительно.

ОСОБЕННОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ИТАЛИИ



М.С. Илларионова¹

Аннотация. Статья посвящена культурным особенностям ведения переговоров в Италии. При учете межкультурных особенностей на уровне вербальной и невербальной коммуникации итальянцев, их традиций и обычаев, участники переговорного процесса успешно преодолеют культурный барьер, что позволяет укрепить связи для долгосрочного сотрудничества в рамках межкультурного диалога.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, переговоры, итальянская культура, культурные особенности, невербальная коммуникация

THE FEATURES OF INTERCULTURAL COMMUNICATION IN ITALY

M. Illarionova²

¹ Илларионова Мария Сергеевна, студентка 2-го года обучения магистратуры кафедры международной безопасности факультета мировой политики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, e-mail: msoboleva172@gmail.com

² Illarioniva Maria Sergeevna, 2nd year master's student of the International Security, School of World Politics, Lomonosov Moscow State University, e-mail: msoboleva172@gmail.com

³ М.О. Гузикова, П.Ю. Фофанова. Основы теории межкультурной коммуникации. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. С. 8.

Abstract. The article is devoted to the cultural features of negotiation process in Italy. Taking into account the intercultural peculiarities at the level of verbal and non-verbal communication of Italians, their traditions and customs, the participants in the negotiation process will successfully overcome the cultural barrier which allows to strengthen ties for long-term cooperation within the framework of intercultural dialogue.

Keywords: intercultural communication, negotiations, Italian culture, cultural features, non-verbal communication.

В современном мире глобализационные процессы взаимодействия и интеграции между индивидами, странами и целыми континентами способствуют более активной мобильности человека, что повышает роль межкультурной коммуникации с каждым днем, занимая одну из важных позиций в социальной жизни людей.

Межкультурная коммуникация представляет собой процесс обмена информацией путем различных форм взаимодействия между носителями разных культур. Именно культурные различия главным образом влияют на ведение коммуникации и в некоторой степени определяют ее ход³. Главная цель межкультурной коммуникации заключается в преодолении языковых и культурных барьеров для формирования тесных связей и взаимопонимания между участниками переговорного процесса.

Успех межкультурной коммуникации в современном мире зависит не только от лингвистических знаний участников переговоров. Кроме знания языка

оппонента, огромную роль в переговорном процессе играет невербальная составляющая: мимика, жесты, дистанция, рукопожатие и многое другое¹. Разнообразие культур включает в себе различные особенности в поведении представителей той или иной культурной идентичности, что исключает универсальный формат в ведении межкультурных переговоров. Для успешного переговорного процесса с представителями других культур, опытный переговорщик всегда принимает во внимание национальные особенности своих оппонентов: будь то педантичность и сухость немцев, напористость и энергичность американцев, либо неформальное и дружественное налаживание отношений итальянцев во время межкультурного диалога.

Итальянский стиль поведения на переговорах отличается потребностью в установлении дружеских отношений со своими партнерами. Италия относится к полихронным культурам, которым свойственна динамичность, импульсивность и отсутствие пунктуальности даже в рабочих делах. Межличностные отношения в культуре данного типа выходят на первый план. Повышается ценность рабочих встреч, на которых одновременно рассматриваются несколько вопросов². Таким образом, представители итальянской стороны могут нарушать установленное время начала переговорного процесса, предпочитают прерывать ход обсуждения, если это необходимо. Следовательно, четко регламентированная структура переговоров с итальянскими коллегами часто не соблюдается.

Итальянцы всегда совмещают деловую

встречу с приемом пищи. В ходе обеда стараются не обсуждать деловые вопросы, отдавая предпочтение более важным, по их мнению, темам: женщины, национальная кухня, проведенные матчи любимых футбольных команд. Именно поэтому в ходе переговорного процесса приветствуется непринужденная и дружелюбная атмосфера. В отличие от представителей других стран, например, французов или немцев, итальянцы не обременяют себя бюрократической волокитой. В спорных вопросах предпочитают всегда идти навстречу партнеру³.

В ходе коммуникации более 70% информации передается при помощи невербальных средств общения, имеющих яркую социокультурную окраску. Поэтому в рамках обсуждения особенностей межкультурных переговоров важно рассмотреть основные элементы итальянской невербальной коммуникации.

Итальянская культура относится к культурам с «высоким контекстом», где главная роль в коммуникации отдается частому использованию невербальных элементов: выражение лица, тон голоса, жесты и положение корпуса тела. Передача устного сообщения индивидом высококонтекстной культуры является косвенной, основная информация передается путем невербалики⁴. Итальянская речь является довольно быстрой, что порой становится причиной недопонимания смысла донесенной до собеседника информации. Сопутствующие жесты при разговоре подключают визуальное и тактильное восприятие. Итальянские жесты можно разделить на две группы.

¹ Т.А. Казначеева. Практический опыт межкультурной коммуникации: Италия. Кострома: Вестник КГУ. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика, 2010. Том №16. С. 228

² И.М. Белоусова. Синергетический подход в межкультурной коммуникации (на примере делового общения представителей монохронных и полихронных культур). Иркутск: Вестник ИрГТУ №9, 2011. С. 2.

³ И.Р. Рызов. Кремлевская школа переговоров. Москва: Эксмо, 2022. С. 286.

⁴ А.С. Вилкова. Культура. Сходства и различия высококонтекстной и низкоконтекстной культуры / СМИ (медиа) и массовые коммуникации. Нижний Новгород: E-Scio, 2020. С. 2.

Первая – мимические, или иллюстративные. Обычно они заменяют слова или целые выражения в бытовых ситуациях. Вторая группа – жесты символические, или эмблемические¹. С их помощью речь становится более разнообразна и эмоционально насыщена. Руки итальянца при разговоре находятся в постоянном движении. Для усиления эмоциональной окраски жестикуляции начинает активно работать голова, а иногда – верхняя часть тела.

Имея явно выраженную жестикуляцию, приветствие итальянского партнера обязательно сопровождается рукопожатиями, чаще – объятиями и поцелуями, вне зависимости от пола коллеги. При обращении итальянцы часто используют профессиональные титулы, например, слово «*dottore*» относится ко всем людям с высшим образованием, а обращение «*professore*» может быть использовано не только к преподавателю университета, но также и к школьному учителю².

Во время переговоров с итальянцем прямой зрительный контакт считается жестом вежливости и наличия интереса к ведению переговорного процесса и достижению определенных результатов. При отсутствии подобного взаимодействия итальянский коллега сочтет своего партнера не заинтересованным в налаживании тесного контакта, что очень важно для самого итальянца.

Отношение к пространству у итальянцев немного отличается от большинства других европейских культур. Дистанция комфортного общения намного короче, а ее увеличение собеседником даже во время деловой встречи может быть истолковано итальянским коллегой как излишняя формальность, или что хуже,

личная неприязнь и попытка избежать дружеского сближения.

Межкультурные переговоры – это диалог представителей различных культур, подразумевающий уважение к партнеру и принятие тех социокультурных различий, которые существуют между участниками. Учитывая культурные особенности, переговорщики могут успешно достичь результатов в рамках переговорного процесса и способствовать укреплению долгосрочного и крепкого сотрудничества. А принимая во внимание роль невербальной коммуникации, в данном случае, итальянцев, значения жестов и других особенностей полихронной культурной принадлежности, успех в ведении переговоров не заставит себя долго ждать.

¹ Переговоры в межкультурном контексте / Е. Н. Добросклонская, Т. А. Калмычек, К. М. Климова и др. КУРС: Москва, 2022. С. 140.

² Этикет в Италии // Russia-west.ru. – 2009. – <https://russia-west.ru/viewtopic.php?id=296>

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНОГО ОТНОШЕНИЯ К РОССИИ В ИСПАНСКОЙ ПРЕССЕ



К. М. Климова¹



Д. Д. Юринский²

Аннотация. Статья посвящена анализу испанских новостных изданий, как канала, используемого субъектами политической коммуникации для формирования ценностного отношения к России. Были проанализированы новостные материалы изданий “EL País”, “EL Mundo”, “ABC”, “La Vanguardia” и аналитические статьи издания «La Vanguardia», с целью выявления нарратива русофобии во время освещения новостей, связанных с Россией. Отмечается, что в испанских медиа составляется и поддерживается негативный образ России, однако такой характер освещения образа России в меньшей степени выражен в материалах аналитического характера.

Ключевые слова: испанские СМИ, ценностное отношение, русофобия, аналитические статьи.

FORMING OF A VALUES-BASED ATTITUDE TOWARD RUSSIA IN THE SPANISH MEDIA

К. М. Klimova³

D. D. Yurinsky⁴

Abstract. This article analyzes news and analytical articles of the main Spanish newspapers “EL País”, “EL Mundo”, “ABC”, “La Vanguardia”. The main ideological narratives used to describe Russia in political discourse are identified. They, in turn, influence audience’s values-based attitude. The analysis has revealed that the Spanish media forms and maintains a negative image of Russia. However, in the analytical articles,

¹ Климова Ксения Михайловна - старший преподаватель кафедры международных коммуникаций, факультета мировой политики, Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова; e-mail: klimovakm@yandex.ru

² Юринский Данил Дмитриевич - студент бакалавриата, кафедры информационного обеспечения внешней политики, факультета мировой политики, Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова; e-mail: daniil1911@icloud.com

³ Klimova Ksenia Mikhailovna is an Assistant Professor at the Department of International Communication, School of World Politics, Lomonosov Moscow State University; e-mail: klimovakm@yandex.ru

⁴ Yurinsky Danil Dmitrievich – Bachelor’s degree student, Department of Information Support for Foreign Policy, School of World Politics, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, e-mail: daniil1911@icloud.com

such a nature of coverage of the image of Russia is used to a lower extent.

Keywords: Spanish media, values-based attitude, russophobia, analytical articles.

Обострение украинского кризиса в начале этого года однозначно останется в истории как одно из ключевых событий 2022 года. 24 февраля заголовки всех новостных изданий были посвящены именно этой теме. Специальная военная операция (СВО) значительно обострила противоречия между Россией и Европейским союзом, что отчётливо отражается в новостном дискурсе европейских изданий. В российской научной литературе ряд учёных осмысливает русофобию как характерную для современного Запада и симпатизирующих ему граждан нашей страны позицию, строящуюся на неприятии российской ментальности, культуры, внешней политики и т. д.¹ Другими словами, русофобия становится идеологической доминантой политических элит европейских стран.

Подобные проблемы актуализируют понятие «ценностное отношение». Российский философ и культуролог М.С. Каган в своей книге «Философская теория ценностей» пишет², что ценностное отношение имеет разные грани, уровни, аспекты — психологический, социологический, культурологический, педагогический, семиотический, логический, поэтому определение его только в одной плоскости не отражало бы его полной сущности. Он отмечает, что «ценностное отношение как некая системная целостность имеет своё содержание и свою форму: его содержание — мировоззренчески-смысловое, детерминированное общим социокультурным контекстом, в котором рождается и "работает" конкретное ценностное значение, а его форма —

психологический процесс, в котором ценность "схватывается" сознанием.» В данном контексте нам интересно именно содержание ценностного отношения, как часть наиболее подверженная внешнему влиянию. Сам Каган считает, что ценностные отношения носят субъектно-объектный характер, другими словами, представление о чем-либо — это субъективное отражение объективной реальности. Однако на процесс детерминации его содержания влияет не только уникальный набор мировоззренческих взглядов и опыт человека, но и интерпретация события. Тут можно вспомнить цитату М. Фуко, который писал, что современный человек живёт не в мире, о котором у него есть какая-то информация, он живёт в мире, созданном информацией. Таким образом, процесс формирования ценностного отношения становится подверженным влиянию, оказываемому со стороны субъектов интерпретации. Смыслы задаются в большей степени в процессе коммуникации, а не существуют изначально.

Поэтому в данной работе мы решили проанализировать новостные материалы испаноязычных СМИ, а также аналитические статьи испанского издания *"La Vanguardia"* на предмет наличия русофобского нарратива. Отдельное внимание к аналитическим статьям обосновано большей вовлеченностью автора в создание материала. Сегодня новостная повестка обновляется с чрезвычайно высокой скоростью особенно в условиях военных действий. В погоне за происходящими событиями, пропадает фигура журналиста как интерпретатора происходящего. Материалы аналитических статей в этом случае являются примером авторского осмысления ситуации и фактов, через призму профессионального

¹ Ильин Алексей Николаевич РУСОФОБИЯ ЗАПАДА: СУЩНОСТЬ И ПРИЧИНЫ // Известия вузов. Социология. Экономика. Политика. 2021. №2. - <https://cyberleninka.ru/article/n/rusofobiya-zapada-suschnost-i-prichiny> (дата обращения: 04.12.2022).

² Каган, М.С. Философская теория ценности / М.С. Каган. — СПб.: ТОО ТК "Петрополис", 1997. — 205 с

опыта.

Рассматривая новостные материалы, можно отметить, что в значительном количестве сюжетов использовалась, так называемая «стратегия замалчивания» неотъемлемая часть политической коммуникации¹. Это коммуникативное поведение, направленное на утаивание информации и сокрытие определённых тем. Это может быть частичное освещение или избирательная подача материала.

Другими словами, информация преподносится так, что на самом деле присутствует лишь видимость её передачи. Частный пример такой стратегии в СМИ - освещение саммита ШОС, состоявшегося в Самарканде 15-16 сентября 2022 г. Испанские СМИ или просто перепечатавали заголовки информационных агентств, или писали лишь о том, как председатель КНР Си Цзиньпин высказал В.В. Путину свою обеспокоенность ситуацией на Украине. На этом основании делался вывод о том, что отношения России и Китая пошатнулись. Интересно и количество публикаций, посвящённых саммиту: El País – 1; El Mundo – 3; ABC – 1; в La Vanguardia непосредственно саммит этого года, как информационный повод, не упоминается, в заголовках его нет, только новость о том, что на закрытии саммита член НАТО Турция выразила желание войти в состав ШОС.

Также стоит обратить внимание на одно событие, которое в испанской прессе было названо провокацией: на одном из футбольных матчей в Стране Басков (регион издавна славится своими сепаратистскими настроениями) на трибунах были размещены флаги Донецкой народной республики, Советского Союза и Знамя Победы, которые были принесены болельщиками. Очевид-

но, что это был знак поддержки, но нужно учитывать культурно-исторический контекст произошедшего. Для имиджа России в Испании это имело больше негативных последствий. Ведь с точки зрения испанцев, баски – сепаратисты и «проводя подобные акции» они продемонстрировали свою поддержку сепаратистским движениям на Украине.

Интересный факт, выявленный в ходе анализа, - при поисковом запросе «Rusia», поисковик испанской газеты EL Mundo выдаёт 10 первых статей с заголовком, в котором слово «Ucrania» встречается чаще слова «Rusia», то есть Россия в новостях существует только в риторике конфликта на Украине.

В целом же, за последние несколько лет (с началом СВО эта тенденция только набрала обороты) в испанских СМИ создаётся картина, в которой Россия преподносится через образ действующего президента. Часто встречаются такие выражения, как «страна-агрессор», «диктатура», таким образом создаётся впечатление, что никаких отношений с Россией больше быть не может и формируется крайне негативный образ всего русского. Ниже приведены примеры формулировок, появляющихся при поиске информации о России, на сайтах основных испанских изданий:

- «*ataques*» - атаки;
- «*sigue atacando*» - продолжает атаковать;
- «*régimen terrorista*» - террористический режим;
- «*la guerra como medio para fortalecer la dictadura*» - война как средство укрепить диктатуру;
- «*Putin bombardea*» - Путин бом-

¹ Копылова Татьяна Рудольфовна Стратегии преднамеренного молчания в политическом дискурсе // Вестник ЧелГУ. 2015. №10 (365). - <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-prednamerennogo-molchaniya-v-politicheskom-diskurse>

бит; «dos meses De Z-terror en Izum» - два месяца Z террора в Изюме;

- «Rusia golpea la infraestructura» - Россия обстреливает инфраструктуру;
- «ante la amenaza de Putin» - перед лицом угрозы Путина;
- «2.400 kamikazes aéreos iraníes al Servicio de Putin con los que acaba de bombardear Kiev» - 2400 иранских воздушных камикадзе на службе у Путина, которыми он только что разбомбил Киев;
- «el mayor proveedor de armas» - самый крупный поставщик оружия;
- «ejercicios militares» - военные учения;
- «Rusia no quiere la paz» - Россия не хочет мира;
- «Putin quiere desestabilizar a Occidente» - Путин хочет незаметно дестабилизировать Запад;

Сочетаемость со словом «ruso» русский, российский:

- *la sociedad rusa duele* – русское общество больно;
- *cuartel ruso* – русские казармы;
- *tropas rusas* – русские войска;
- *militares rusos* – русские военные;
- *el agresor ruso* – русский агрессор;
- *amenaza rusa* – российская угроза;
- *ocupación rusa* – русская оккупация;
- *el líder ruso* – российский лидер;
- *presidente ruso* – российский президент;

- *intervención rusa* – российское вторжение;
- *espías rusos* – русские шпионы;
- *desertores rusos* – русские дезертеры;
- *nacionalismo ruso* – русский национализм;
- *tierras abandonadas por los rusos-tierra quemada* – территории, оставленные русскими – выжженная земля;
- *inminente ataque nuclear ruso* – неминуемая ядерная атака русских;

Кроме того, стоит обратить внимание на аналитические материалы, так как освещая одни и те же темы, материалы новостного и аналитического характера преследуют разные цели. В частности, для анализа нами было выбрано издание «La Vanguardia».

Прежде всего надо понимать, что газета «La Vanguardia» входит в четвёрку самых популярных газет Испании. Она выпускается в Барселоне с 1881 г. и считается «прокаталанской», то есть поддерживающей сепаратистские настроения каталонского общества. Также, она входит в пятёрку крупнейших изданий Испании по тиражу.

Первая статья, вышедшая 24.02.2022 06:00, в которой отражалась какая-либо позиция касательно украинского кризиса, что было ожидаемо, была озаглавлена - «Ucrania-Catalunya»¹ (Украина-Каталония). Автор демонстрирует неоднозначность позиции каталонских политиков, которые, с одной стороны, имели схожую ситуацию с Донбассом, «*El independentismo catalán siempre ha evitado pronunciarse a favor de los movimientos separatistas prorosos*»

¹ Juliàna, E. (2022) Ucrania y Catalunya, Por Enric Juliàna, La Vanguardia. La Vanguardia - <https://www.lavanguardia.com/politica/20220224/8079549/ucrania-catalunya.html>

(представители движения за независимость Каталонии всегда избегали высказываний в пользу пророссийских сепаратистских движений). *“En las últimas 48 horas, las autoridades catalanas se han pronunciado de manera inequívoca a favor de la integridad territorial de Ucrania.”* (за последние 48 часов власти Каталонии недвусмысленно высказались за территориальную целостность Украины). В этом контексте любые связи и ассоциации с Россией в подобном вопросе становятся неприемлемыми. В статье *“Matrioska”* (Матрёшка) автор фиксирует эту тенденцию, отмечая, что в эти дни происходит перестройка позиций по всей Европе - *«Moscú, si te he visto no me acuerdo»* (Москва, если я тебя видел, то не помню), *«Marine Le Pen está quemando a toda prisa los programas electorales, ya editados, en los que aparecía junto con Vladímir Putin. En Vox nadie sabe quien es Víktor Orban»* (Марин Ле Пен спешно сжигает уже отредактированные предвыборные программы, в которых она появлялась вместе с Владимиром Путиным. В Vox никто не знает, кто такой Виктор Орбан). Также поступил и лидер Каталонского движения за независимость Карлес Пучдемон. В статье *«Catalunya y el reconocimiento internacional»*² (Каталония и международное признание) он чётко обозначил, что в своих турне по разным странам он не встречался с представителями России. *«Por cierto, y para que no quede ninguna duda: ninguna de estas reuniones y encuentros ha sido con ningún dirigente, exdirigente o persona representante de la Federación Rusa»* (кстати, и чтобы не оставалось никаких сомнений: ни одна из этих встреч не была

ни с одним руководителем, бывшим руководителем или представителем Российской Федерации.)

Можно отметить, что, в период обострения международных проблем, если наличие даже малейшего подозрения на какие-либо связи с теми или иными акторами мировой политики может повредить имиджу, многие считают более эффективным решением отказаться от всего, что связано с объектом, подверженным остракизму, пусть даже путём отказа от декларируемых ценностей. Здесь можно зафиксировать возросшую долю прагматизма и политику двойных стандартов: европейские лидеры не готовы жертвовать своей репутацией в условиях отсутствия в обозримом будущем смягчения противоречий и разрешения конфликта, а значит наличия риска потерять популярность или оказаться «не на той стороне».

Большое внимание также уделяется ценностям, которые продвигает Евросоюз. Осуждение действий российского правительства и российских граждан с позиции морального превосходства воссоздаёт старый шаблон, Мы и Они, где Мы - цивилизованные европейцы и Они - неграмотные русские, не способные достичь демократического идеала европейского общества. Автор статьи *“Putin sigue en la edad media”* (Путин все ещё в средневековье)³ чётко формулирует свою надежду - *«Llegará el día en el que los rusos pierdan el miedo, se alcen contra Putin y lo metan preso, o en el manicomio»*. (настанет день, когда русские потеряют страх и восстанут против Путина, посадят его в тюрьму или в сумасшедший дом),

¹ Juliana, E. (2022) Matrioska, Por Enric Juliana, La Vanguardia. La Vanguardia - <https://www.lavanguardia.com/politica/20220303/8095544/matrioska.html>

² Puigdemont, C. (2022) Catalunya y el reconocimiento internacional, Por Carles Puigdemont, La Vanguardia. La Vanguardia - <https://www.lavanguardia.com/politica/20220317/8130637/catalunya-reconocimiento-internacional.html>

³ Carlin, J. (2022) Putin sigue en la edad media, por John Carlin, La Vanguardia. La Vanguardia - <https://www.lavanguardia.com/internacional/20220224/8079295/putin-sigue-edad-media.html>

подразумевая, что при этом народ обратит свой взор в сторону европейской демократии.

Подобный идеологический универсализм не позволяет в полном объёме рассмотреть проблему, что существенно сокращает пути решения конфликта. Также, отказываясь смотреть на другие нации как на общности с отличной идентичностью, европейские политики заранее отказываются от равного диалога.

Подводя итог, стоит отметить, что в испанских медиа целенаправленно формируется и поддерживается негативный образ России и всего русского путём замалчивания фактов и целых блоков тем, подмены понятий. Государство отождествляется с именем президента, который в свою очередь демонизируется. При этом стоит разделять новостные и аналитические материалы.

В аналитических статьях, выбранных для анализа, освещение тем, связанных с Россией, носит менее предвзятый характер. Можно предположить, что это обусловлено, во-первых, характером материала, аналитические статьи не рассчитаны на массовую аудиторию, как обычные новости, во-вторых, историко-культурным контекстом: Испания и Каталония, в частности, не имеют таких тесных исторических культурных связей с Россией как страны Восточной, или исторических прецедентов идеологического противостояния как США, что позволяет анализировать проблемы более объективно. Некоторые заявления, используемые в статьях, — это больше попытки демонстрации своего идеологического и морального превосходства, чем намеренное желание скрыть объективные факты от читателя. Что более вероятно, так это принятие своей позиции и точки зрения в качестве универсальной,

а следовательно отказ выслушать альтернативные точки зрения. Подобная позиция скорее вызвана солидарностью с внешнеполитическим курсом Евросоюза, проявляемой по разным причинам, чем искренней русофобией.

Таким образом, мы можем наблюдать, как посредством использования каналов коммуникации, в частности печатных изданий можно оказывать влияние на формирование ценностного отношения. Сегодня, в условиях обострения противоречий и проблем, для формирования объективной картины мира как никогда важен свободный обмен информацией, что, к сожалению, становится все менее доступным.

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИКИ «МЯГКОЙ СИЛЫ» ВЕЛИКОБРИТАНИИ



А.П. Тишина¹

Аннотация. Автор выделяет основные направления реализации британской политики «мягкой силы» и более подробно останавливается на одном из них - продвижении английского языка. В статье показаны ключевые характеристики английского языка, отражено его значение как средства международного общения и сотрудничества в различных областях, а также выделены негативные аспекты доминирования английского языка для самой Великобритании. В работе также освещены центральные задачи Британского Совета – ведомства, отвечающего за продвижение национального языка и проведение внешней политики страны.

Ключевые слова: «мягкая сила»,

продвижение английского языка, Британский Совет.

THE ENGLISH LANGUAGE AS AN INSTRUMENT OF THE UK'S SOFT POWER POLICY

A. Tishina²

Abstract. The author displays the main directions in which British soft power policy is implemented and focuses on the issue of the English language promotion. The paper shows the key characteristics of English as well as emphasises its importance and widespread use as a means of international communication and cooperation in various fields. Negative aspects of the dominance of the English language for the UK itself are also highlighted. The paper demonstrates central tasks of the British Council, an agency responsible for promoting the national language and conducting the country's foreign policy.

Keywords: soft power, the promotion of the English language, the British Council.

Мягкая сила – это форма политической власти, предполагающая способность добиваться от кого-либо желаемых результатов на основе добровольного участия, симпатии и привлекательности, в отличие от «жесткой силы», подразумевающей принуждение. Термин появился во второй половине 1980-х годов. По словам американского политолога Джозефа Ная, автора термина, - язык и культура страны – это «мягкая сила», которая напрямую или косвенно влияет на мировую политику и деловые связи³.

Великобритания является одним из признанных мировых лидеров в области

¹ Тишина Анна Павловна, студентка 2-го года обучения бакалавриата факультета мировой политики, Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, e-mail: cassiopeia.any@mail.ru

² Anna Tishina, 2nd year bachelor's student, School of World Politics, Lomonosov Moscow State University, e-mail: cassiopeia.any@mail.ru

³ Горлова И.И., Бычкова О.И. Культура как «Мягкая сила»: инструменты и точки приложения // Журнал «Теория и практика общественного развития» - 2015 г. - <https://cyberleninka.ru/article/n/kultura-kak-mygkaya-sila-instrumenty-i-tochki-prilozheniya>

использования «мягкой силы» для реализации внешнеполитических интересов государства, обеспечения влияния в мире и продвижения британских ценностей за рубежом. В своем выступлении в 2013 году на слушаниях специального Комитета британской Палаты лордов, Джозеф Най отметил значительные успехи страны в проведении политики «мягкой силы» и подчеркнул, что достигнутые результаты – итог долгой работы¹. Ведущая роль английского языка подкрепляется значением британского Содружества наций, авторитетом Британского совета и BBC, деятельностью королевской семьи и вниманием к ней мировых СМИ.

Ключевыми направлениями реализации политики «мягкой силы» являются: образование и язык, наука и инновации, культура и искусство, спорт, международное развитие, внешняя политика и оборона, средства массовой информации. Политика «мягкой силы» Великобритании направлена на продвижение национальной культуры и английского языка, сотрудничество в области образования, научно-техническое сотрудничество, а также содействие международному развитию².

Политика продвижения английского языка в Великобритании является важной частью культурного сотрудничества с другими странами. Государство активно использует исторически сложившиеся преимущества, связанные с распространенностью и популярностью своего национального языка.

Будучи распространенным по всему

¹ Наумов А.О. «Мягкая сила» и публичная дипломатия. Курс лекций. Москва: Издательство Московского Университета, 2019. С. 98

² Наумов А.О. «Мягкая сила» и публичная дипломатия. Курс лекций. Москва: Издательство Московского Университета, 2019. С. 105

³ Харитоновна Е.М., Прохоренко И.Л. «Мягкая сила» бывших империй: сравнительный опыт Великобритании и Испании // Журнал «Мировая экономика и международные отношения», т. 62, № 3, с. 39-49. – 2018 г. - https://www.imemo.ru/index.php?page_id=1248&file=https://www.imemo.ru/files/File/magazines/meimo/03_2018/0039_0049_KHARITONOVA_ID15401.pdf

миру, английский язык стал языком международного общения. Его доминирование – одновременно и наследие Британской империи, и следствие экономического, технологического и политического лидерства США³. Английский следует за китайским и испанским по числу носителей языка и стоит на 1 месте как второй изучаемый язык. Английский – наиболее используемый язык в сети Интернет, на этом языке проводится большая часть международных научных конференций и публикуется большинство научных работ. По данным исследовательского проекта Ethnologue, на этом языке говорит почти 1 млрд. человек. При этом для более чем 300 млн. человек английский является родным и для 600 млн. человек – вторым языком.

Английский является одним из официальных языков почти в 60 странах мира, одним из 6 официальных языков ООН и одним из официальных языков множества международных организаций и объединений (в том числе Европейского союза, Генеральной Ассамблеи ООН, Североатлантического альянса, Совета Европы, Всемирной торговой организации, Союза Безопасности Европы, ЮНЕСКО, НАТО и др.). На практике во многих организациях системы ООН и многих транснациональных компаниях из неанглоязычных стран английский используется как основной рабочий язык. Несмотря на попытки обеспечить равноправие языков, английский язык де-факто стал основным рабочим языком ЕС.

Ключевым ведомством, ответственным

за реализацию внешней политики Великобритании в области культуры и продвижения языка, является Британский Совет, созданный в 1934 г. Его цель - поддержка сотрудничества в области культуры, науки, технологий и образования, а также распространение английского языка и знаний о стране за рубежом¹.

В настоящее время Британский Совет через свои представительства осуществляет деятельность в 110 странах мира. Значительная часть проектов реализуется в развивающихся странах. Британский совет рассматривает английский язык как достояние страны и инструмент привлечения интереса к ней в сфере путешествий, учебы, предпринимательства².

Для распространения своего языка Великобритания использует такие инструменты как система тестирования на знание английского языка, хотя не имеет монополии на его использование. Система IELTS принадлежит британским и австралийской организациям, тогда как ее конкурент - TOEFL - базируется в США.

Английский язык является существенной составляющей политики «мягкой силы».

Использование английского в качестве языка международного общения и бизнеса создает значительные конкурентные преимущества для экспорта британского образования. Язык является одним из решающих факторов для студентов, стремящихся получить образование в Великобритании. Английский язык упрощает продвижение и популяризацию британской науки,

способствует расширению аудитории англоязычных СМИ, снижает барьеры для работы британского бизнеса за рубежом. Через изучение языка повышается интерес к британской культуре и искусству, что усиливает привлекательность страны для туристов и инвесторов.

Язык становится инструментом продвижения мировоззрения, ценностей, идей, моделей поведения. Язык оказывает огромное влияние на процессы познания и мышления, на формирование картины мира, установление стереотипов. Английский язык является средством продвижения американских и британских политических идей и концепций. Например, он привнес в другие языки новые термины и понятия: слова «мягкая сила», «толерантность», «глобальная деревня», «гуманитарные интервенции» и т.п.

Английский язык служит ресурсом «экономики знаний». Его популярность влечет востребованность услуг, связанных с преподаванием языка, изданием учебных пособий, а также заинтересованность в этом вопросе преподавателей, издателей, переводчиков.

Статус английского языка в мире очень высок. Владение английским языком является подтверждением конкурентоспособности и лидерства и дает определенные преимущества при устройстве на работу за рубежом.

При этом существуют риски и противоречия. Британцы не стремятся изучать иностранные языки, так как могут пользоваться своим родным языком для общения за рубежом. Так, согласно статистике, 75% британцев владеют в

¹ Шелепов А.В. Зарубежный опыт применения «мягкой силы». Факторы успеха политики «мягкой силы» Великобритании // Вестник международных организаций. Т. 9. № 2 – 2014 г. - https://iorj.hse.ru/data/2014/06/17/1310002432/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8B%20%D0%B8%D0%B7%20%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA_2013_2-final-2.pdf

² Soft Power and the UK's Influence Committee. Oral and written evidence. Volume 1, p. 253 – 2013 г. - <https://www.parliament.uk/globalassets/documents/lords-committees/soft-power-uk-influence/SoftPowerEvVol1.pdf>

совершенстве лишь одним английским языком¹. Кроме того, слабая заинтересованность англичан в изучении иностранных языков предоставляет преимущества тем, кто знает и английский, и свой родной язык.

В заключение следует отметить, что британцы искренне гордятся своим языком и не без оснований считают, что именно он является главнейшим в мире. Число людей, использующих английский язык, действительно велико. Мир науки, спорта, образования, кинематографа и литературы – во всех этих сферах английский язык является единым для общения. Международный язык позволяет получить достойное образование в престижном университете, работу мечты и полноценное общение с иностранцами из любого уголка планеты.

¹ Как британцы относятся к английскому? // Международная школа Английского языка Wall Street English // – 12 апреля 2019 г. - <https://www.wallstreetenglish.ru/blog/kak-britantsy-otnosyatsya-k-angliyskomu>

Раздел 2. Проявление русофобии в западных СМИ

ПРОЯВЛЕНИЕ РУСОФОБИИ НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИТАЛЬЯНСКИХ СМИ



Е.А. Абрамова¹

Аннотация. В статье рассматривается антироссийский дискурс в контексте деятельности итальянских средств массовой информации. В фокусе исследования – крупнейшие итальянские ежедневные газеты La Stampa и La Repubblica, на страницах которых был опубликован целый ряд материалов антироссийской направленности, в том числе с использованием методов дезинформации. В качестве вывода автор отмечает, что принявшая качественно новую форму в марте 2022 г. русофобская кампания в итальянской прессе представляет собой не реакцию на действия России в рамках СВО на Украине, а последовательный курс, имеющий в

своей основе мотивы различного характера (коммерческого, политического, имиджевого и т. д.).

Ключевые слова: русофобия, Итальянская Республика, СМИ, дезинформация.

RUSSOPHOBIA: EXAMPLES FROM THE ITALIAN MEDIA

E.A. Abramova²

Abstract. The article provides an analysis of the anti-Russian discourse in the Italian media. The author examines some of the most resonant cases of Russophobia from Italian newspapers – La Stampa and La Repubblica. The paper finds that such anti-Russian rhetoric is a long-term strategy which is based on different motives (commercial, political, reputational etc.) and which implies the use of fake-news and misinformation.

Keywords: Russophobia, Italian Republic, media, misinformation.

Начало специальной военной операции РФ на Украине 24 февраля 2022 г. стало катализатором для усиления пропагандистского давления в отношении России – одного из инструментов, используемых коллективным Западом в рамках конфронтации с Москвой. Антироссийская риторика приобрела отчетливый характер и в контексте деятельности итальянских СМИ, что не может не вызывать обеспокоенность, в особенности у проживающих на территории Итальянской Республики соотечественников, которые становятся непосредственными жертвами обостряющихся русофобских настроений в итальянском обществе. Продвижение антироссийского дискурса в итальянских СМИ также является дополнительным фактором

¹ Ekaterina Abramova, 2nd year master's student, School of World Politics, Lomonosov Moscow State University; e-mail: ekaterina_abramova23@mail.ru

² Абрамова Екатерина Александровна, студентка 2-го года обучения магистратуры факультета мировой политики, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова; e-mail: ekaterina_abramova23@mail.ru

осложнения двусторонних отношений.

В исследовании проводится анализ материалов итальянской прессы (в частности, газет La Stampa и La Repubblica) с целью выявления и комплексного осмысления случаев, демонстрирующих ее антироссийскую направленность.

Для начала необходимо подчеркнуть, что русофобию неправомерно рассматривать в качестве продукта эпохи биполярного противостояния или нынешних постсоветских реалий. Происхождение данного понятия принято связывать с именем выдающегося русского поэта Федора Тютчева, определившего данное явление как «врожденную или привитую враждебность ко всему русскому»¹. Согласно его трактовке, в основе русофобии находятся не конкретные принципы, а определенные инстинкты, природа которых и подлежит изучению². Что касается генезиса самого явления русофобии, то здесь в отечественной науке существует относительный консенсус в отсылке к эпохам петровской или допетровской России. При этом утверждение русофобии как важного инструмента сдерживания российского влияния на международные отношения во многом обязано появлению СМИ, прежде всего – газет и журналов, на страницах которых нередко подвергались критике различные аспекты внутренней и внешней политики Российской Империи и государств-правопреемников. Конец февраля 2022 г. обозначил новый этап в истории продвижения антироссийского дискурса в СМИ, в том числе и в итальянской прессе.

Так, откровенно антироссийскую

позицию продемонстрировала туринская газета La Stampa, которая на первой полосе издания от 16 марта 2022 г. опубликовала фотографию погибших при ракетном ударе по Донецку. Анонсы, фигурирующие на полях первой страницы (среди которых – «Травмы детей, бегущих во Львов», «Так Киев встречает финальный штурм»), формируют у читателей ложные ассоциации запечатленной кровавой сцены с действиями российских военных в Киеве. Усмотренный в этом подлог фактов вызвал резонанс – как со стороны Москвы, так и среди представителей итальянских СМИ (газет La Verità, Il Fatto Quotidiano), экспертного сообщества (историк Анджело д'Орси заявил о намерении больше не покупать La Stampa), а также блогеров и пользователей социальных сетей. Глава Совета по правам человека при президенте РФ Валерий Фадеев обратился в письме к главному редактору La Stampa Массимо Джаннини, апеллируя к нормам журналистики и понятиям морали³.

16 марта в программе на итальянском канале La7 состоялось обсуждение всего произошедшего, в ходе которого М. Джаннини был вынужден объясниться с коллегами и читателями. На вопрос ведущей программы относительно причин некорректной подачи информационного материала главный редактор ответил, что первая полоса газеты предназначалась для отображения ужасов войны – без апелляции к действиям России или Украины. В то же время он всячески отрицал направленные в адрес газеты обвинения: «Где вы видите дезинформацию? <...> Россия вторглась на Украину. Русские на земле, с воздуха и с моря наносят удары по гражданскому

¹ Мырjikова А.В. Ф.И. Тютчев: истоки русофобии. «Польский вопрос» // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2009. № 3. С. 37–44.

² Феномен русофобии: истоки и современность // Русский дом. № 3. март 2013. – <http://russdom.ru/node/5779>

³ Глава СПЧ обратился к главарям ABC News и La Stampa из-за фото Донецка // РИА Новости. – 17 марта 2022 г. – <https://ria.ru/20220317/foto-1778670506.html?in=7>

населению»¹. Комментируя изложенную позицию М. Джаннини, приведем замечание вышеупомянутого профессора д'Орси о том, что первоначально именно с утверждением первого в должности главы La Stampa были связаны – теперь уже неоправдавшиеся – надежды, что редакционная линия станет менее антироссийской². По словам официального представителя МИД РФ Марии Захаровой, данный случай с La Stampa – пример того, как на волне антироссийской риторики игнорируется принцип достоверного отображения действительности³.

Очередной скандал на страницах La Stampa спровоцировала напечатанная 22 марта 2022 г. авторская статья «Война Украина-Россия: если убить Путина – это единственный выход»⁴, в которой обсуждалась гипотеза устранения российского президента. В статье Доменико Куирико утверждает: «Поскольку военное вмешательство исключено, дипломатическое решение не работает, остается только предположить убийство Царя рукой его приближенного». Ко всему прочему, автор допустил сравнение режима Владимира Путина с нацистским, фактически призвав к созданию второго Нюрнбергского трибунала.

Реакция российской стороны была незамедлительной: утром 25 марта Чрезвычайный и полномочный посол РФ в Италии Сергей Разов подал иск в

отношении автора статьи Д. Куирико и главного редактора издания М. Джаннини в прокуратуру Рима за подстрекательство к совершению преступления. В комментарии относительно решения подать иск Посол охарактеризовал статью La Stampa противоречащей нормам и представлениям о журналистской этике, что, впрочем, по словам господина Джаннини, выходит за рамки компетенций российского дипломата. Обвинения Москвы в подстрекательстве к убийству – комментирует главный редактор – беспочвенны, так как в статье автор заключает, что жесткий сценарий решения проблемы может иметь обратный эффект – «обострить мстительный дух России»⁵. На этот раз в поддержку газеты выступили некоторые политические круги Италии, а итальянский суд в ходе рассмотрения российского иска не обнаружил фактов нарушения общественной безопасности и подстрекательства к преступлению, на основании чего в июне того же года дело было закрыто⁶.

Важно заметить, что случаи появления материалов русофобского характера на страницах La Stampa происходили и до февраля 2022 г. Так, 22 марта 2020 г., в период, когда Италия проходила острую фазу пандемии COVID-19, Россия в соответствии с двусторонними договоренностями направила в Италию помощь для борьбы с распространением коронавирусной инфекцией. Российская помощь

¹ Giannini: «In prima pagina raccontiamo gli orrori della guerra: chi disinforma è la Russia, non La Stampa» // La Stampa. – 17 marzo 2022. –

https://www.lastampa.it/esteri/2022/03/17/video/giannini_in_prima_pagina_raccontiamo_gli_orrori_della_guerra_chi_disinforma_e_la_russia_a_non_la_stampa-2875581/

² Итальянские журналисты осудили публикацию La Stampa по Украине // РИА Новости. – 17 марта 2022 г. – <https://ria.ru/20220317/publikatsiya-1778682892.html>

³ La Stampa e quei bombardamenti di Kiev che non sono di Kiev // Sputnik It. – 17 marzo 2022. –

<https://it.sputniknews.com/20220317/la-stampa-e-quei-bombardamenti-di-kiev-che-non-sono-di-kiev-15620775.html>

⁴ Quirico D. Guerra Ucraina-Russia: se uccidere Putin è l'unica via d'uscita // La Stampa. – 22 marzo 2022. –

https://www.lastampa.it/esteri/2022/03/22/news/guerra_ucrainarussia_se_uccidere_putin_e_l_unica_via_d_uscita-2878621/

⁵ Italie: l'ambassadeur de Russie porte plainte contre La Stampa qui évoque «l'assassinat» de Poutine // RT France. – 22 mars 2022. – <https://francais.rt.com/international/97368-italie-ambassadeur-russie-porte-plainte-contre-stampa-qui-evoque-assassinat-poutine>

⁶ Суд в Италии прекратил производство по иску посла России к газете La Stampa // Газета.ру. – 9 июня 2022 г. – <https://www.gazeta.ru/social/news/2022/06/09/17900144.shtml>

не ограничивалась медицинским оборудованием: работать в условиях высокой степени рисков для жизни приехали около 100 российских военных вирусологов и эпидемиологов, а также 8 врачебно-сестринских бригад¹. В статье от 25 и 26 марта того же года журналистом La Stampa Якобо Якобини данный жест доброй воли со стороны Москвы, однако, был представлен читателям в намеренно искаженной форме. Ссылаясь на некие источники высокого политического уровня, Я. Якобини отметил, что 80 % гуманитарной помощи России Италии бесполезны или мало полезны и, более того, - эта помощь вовсе не безвозмездна. В подтверждение данного тезиса журналист приводит тот факт, что осуществленные мероприятия по оказанию помощи Италии поручено не профильному министерству (здравоохранения), а министерству обороны: направленные специалисты имеют воинские звания (в том числе генеральские), в прошлом были задействованы в различных районах боевых действий, где бактериологическая война, по его мнению, служила одним из инструментов в деятельности российской внешней разведки, а теперь же – они свободно передвигаются по территории Итальянской Республики, в нескольких шагах от баз Североатлантического Альянса².

В комментариях представителей МО РФ и МИД РФ И. Кошаченкова³ и М. Захарова

вой⁴ прозвучало открытое заявление о том, что данная медиакампания, непосредственные заказчики которой уже были установлены (в частности, речь идет о британской компании), носит русофобский характер и основана на манипуляции «низкопробными фейками времен холодной войны». Заметим вместе с тем, что La Stampa опубликовала письмо, направленное ей С. Разовым в ответ на статьи Якобини, сопроводив его, в свою очередь, комментариями журналиста. В них он подчеркнул, что, оценивая эффективность российской гуманитарной помощи в своих статьях, не выражал собственное мнение, а лишь цитировал политические источники высокого уровня, – в очередной раз не раскрывая их имен⁵.

Антироссийская направленность деятельности демонстрируется и другой не менее крупной и авторитетной итальянской газетой – La Repubblica. В совместном с интернет-изданиями Bellingcat, The Insider и немецким журналом Der Spiegel расследовании, опубликованном 26 августа 2022 г.⁶, приводится информация о Марии Аделе Кухфельдт Ривере, которая – убеждены авторы –, будучи сотрудницей службы внешней разведки РФ, занималась шпионажем в Италии. Владелица ювелирного магазина, в кругу общения которой были высокопоставленные представители НАТО и ВМС США, по мнению расследователей, имела цель

¹ Посольство России направило протест La Stampa в связи с ее публикациями о помощи Италии // ТАСС. – 27 марта 2022 г. – <https://tass.ru/politika/8094503>

² Coronavirus, in Italia militari russi e specialisti nella guerra batteriologica: cosa ha offerto davvero Conte a Putin? // Libero Quotidiano.it. – 25 marzo 2022. – https://www.liberoquotidiano.it/news/italia/21601202/coronavirus_italia_militari_russi_specialisti_guerra_batteriologica_telefonata_conte_putin.html

³ «Мы удивлены»: La Stampa оскорбилась ответом Минобороны РФ // Газета.ру. – 8 апреля 2022 г. – <https://www.gazeta.ru/army/2020/04/07/13040203.shtml>

⁴ Захарова назвала причастных к «вбросу» в La Stampa о российской гумпомощи // РБК. – 2 апреля 2022 г. – <https://www.rbc.ru/rbcfreeneews/5e85e2069a7947f7f8b3160a>

⁵ La lettera dell'ambasciatore russo Razov a «La Stampa» // La Stampa. – 26 marzo 2022. – <https://www.lastampa.it/2020/03/26/news/la-lettera-dell-ambasciatore-russo-razov-a-la-stampa-1.38642247/>

⁶ Adela, una spia russa a Napoli infiltrata nel comando Nato // La Repubblica. – 26 marzo 2022. – https://www.repubblica.it/esteri/2022/08/26/news/spia_russia_italia_nato-362915133/

проникнуть в командный штаб НАТО в Неаполе. Вопрос о том, какие данные удалось добыть подозреваемой в ходе шпионской деятельности, в расследовании остается открытым. Примечательно, что в данном случае МИД РФ, расценив обличающую риторику иностранных СМИ как бесосновательную и, по-видимому, исчерпав уверенность в эффективности стандартных дипломатических практик, выразил свою реакцию в карикатурной форме, что в определенной степени «обезоружило» редакцию итальянской газеты. Свидетельство этому – преисполненный эмоциональной компонентой последовавший ответ La Repubblica: «Вместо того, чтобы отвечать на наши вопросы, российское посольство решило положиться на самую гнусную пропаганду».¹

В основе разворачивающейся в итальянских СМИ кампании, направленной против России, зачастую лежат вполне конкретные рациональные мотивы – будь то использование «русской карты» во внутривнутриполитической игре, преследование коммерческих интересов (иными словами, выполнение заказа третьих сторон) или стремление вписаться в общий набирающий обороты на Западе антироссийский дискурс. Представляется очевидным, что данный маховик русофобской пропаганды был запущен значительно раньше февраля 2022 г., события которого были призваны стать благоприятным фоном для его дальнейшего раскручивания. В данном контексте такие газеты как, например, La Stampa, La Repubblica все более отчетливо заявляют о себе как о рупоре антироссийской пропаганды, намеренно прибегая в определенных случаях к использованию различных методов дезинформации, что

не остается без ответа российской стороны.

¹ Spia Russia a Napoli, ambasciata contro Repubblica // Italia Sera. – 26 agosto 2022. – <https://www.italiasera.it/spia-russia-a-napoli-ambasciata-contro-repubblica/>

АНТИРОССИЙСКАЯ ПРОПАГАНДА В ГЕРМАНИИ: ПРОШЛОЕ И НАСТОЯЩЕЕ



Д.О. Викулин¹

Аннотация. В статье рассматривается проявление русофобии в публичном политическом и информационном пространстве Германии в период с 1914 г. по настоящее время. Автор акцентирует внимание на том, что антироссийские настроения для немецкого истеблишмента – действенный инструмент не только для оправдания внешнеполитических интересов политического руководства, но и для отвлечения внимания населения страны от насущных социально-экономических проблем. Автором делается вывод о том, что в периоды политической турбулентности Германия всегда будет прибегать к задействованию русофобии как важного информационно-психологического рычага, сплачивающего население страны перед эфемерной угрозой, и отвечающего сегодняшним потребностям евроатлантической

политической архитектуры. Русофобия – один из столпов, на котором зиждется коллективная Европа.

Ключевые слова: русофобия, пропаганда, Германия, внешняя политика, СМИ

PAST AND PRESENT OF GERMANY'S ANTI-RUSSIAN PROPAGANDA

D. Vikulin²

Abstract. The article reveals the historical goals and methods of using Russophobia by the German political leadership as a whole ideology that can unite the population and make the state the main defender of continental Europe from the "Russian onslaught." The author traces the inevitable resort to Russophobic propaganda by Germany and other European countries during periods of worldwide political instability. The issue of geopolitical confrontation between Russia and collective Europe suggests the ideological intransigence of the Russian world and Euro-Atlantic civilization.

Keywords: Russophobia, propaganda, Germany, foreign policy, media

1914 год заслуженно считается точкой невозврата в истории. Именно тогда пропаганда перешла на качественно новую ступень для всех воюющих стран, поскольку стала критически важной для обоснования участия в Первой мировой войне.

Известно, что германские элиты перед Первой мировой войной готовили идеологическую базу³ для оправдания возможности введения войск в пределы Российской империи с целью оккупации в первую очередь Польши и Прибалтики

¹ Викулин Даниил Олегович, студент 2-го года обучения бакалавриата факультета мировой политики, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, e-mail: 1898854@mail.ru

² Daniil Vikulin, 2nd year bachelor's student, School of World Politics, Lomonosov Moscow State University, e-mail: 1898854@mail.ru

³ «Остфоршунг» // Советская историческая энциклопедия / Гл. ред. Е. М. Жуков. – Москва: Советская Энциклопедия, 1967. – Т. 10. – С. 660.

для дальнейшего переселения туда немецких крестьян (*Wehrbauer*) в рамках концепции жизненного пространства (*Lebensraum*)¹. Уже в начале войны приступила к работе агитационная машина, призывавшая национальные меньшинства России (в особенности остзейских немцев, прибалтов, поляков и мусульман) объединиться против русских. Рисовалось множество русофобских карикатур с целью воздействия на внутреннюю и внешнюю аудиторию².

Немецкое военно-политическое руководство прекрасно осознавало мощь обработки общественного мнения в тылу России. Систематический выпуск газет, карикатур и журналов антимонархической и антиправительственной направленности — верный ключ к разложению как армии, так и каркаса российского общества. Пропагандисты искусно играли на внутривнутриполитических противоречиях, распускали и использовали свои же слухи и мифы: распутная императрица-немка, насильственная русификация Туркестана и Кавказа, ничтожность государя, коррумпированность генералитета, банальный недостаток боеприпасов — основной перечень клише, из которых можно составить идеальный агитационный материал, способный деморализовать не одну роту подразделения³.

Отделы печати месяц за месяцем эволюционировали в натиске донесения до русских солдат мысли о неблагонадежности их армии и в целом монархии. По

словам Эриха Людендорфа, заместителя начальника штаба Германской армии, картины, кинофильмы и плакаты проявили себя гораздо эффективнее в воздействии на вражеские массы, чем обыкновенное «письменное слово»⁴.

Непрерывное и усилившееся с 1915 г. воздействие вражеской пропаганды на русского солдата, к сожалению, сделало своё дело. Подразделения, чей дух ещё не оправился от Великого отступления, теряли мотивацию к дальнейшему противостою уже захлёбывавшейся германской агрессии⁵.

Разумеется, немецкая русофобия после этих мрачных событий никуда не делась. Реакцией на послевоенный Версальский договор стал германский реваншизм — идеологический комплекс межвоенных лет, получивший широкую поддержку в Веймарской республике. Этим воспользовались национал-социалисты и революционные консерваторы⁶, которые заняли информационное пространство страны, воздействуя на все слои деморализованной общественности: от пекаря до барона.

Планы Третьего Рейха на Вторую мировую — завершить начатое в Первой. Сразу перейдём к рассмотрению притязаний национал-социалистического руководства на Востоке.

Во-первых, продолжилась доработка доктрины «Дранг нах Остен»⁷, направленной на территориально-политическую экспансию Нацистской Германии в

¹ Fischer, Fritz (1967). *Germany's Aims in the First World War*. New York: W.W. Norton. pp. 163 ff. ISBN 978-0393097986.

² Васильев М. В. Информационные войны Первой мировой. 1914–1918 гг. // Сайт «Военное обозрение». — 20.09.2015 — <https://topwar.ru/82632-informacionnye-voyny-pervoy-mirovoy-19141918-gg.html>

³ К. К. Звонарёв. Германская агентурная разведка до и во время войны 1914–1918 гг. — Репринтное издание IV управления Штаба РККА. Киев: Издательский дом «Княгиня Ольга», 2005 г. — С. 119.

⁴ Э. Людендорф. — «Мои воспоминания о войне 1914–1918 гг. Т. 1. Изд. ВВРС. — С. 342

⁵ Васильев М. В. Информационные войны Первой мировой. 1914–1918 гг. // Сайт «Военное обозрение». — 20.09.2015 — <https://topwar.ru/82632-informacionnye-voyny-pervoy-mirovoy-19141918-gg.html>

⁶ Mohler, Armin (1950). *Die konservative Revolution in Deutschland 1918-1932: ein Handbuch* (2005 ed.). Ares. OCLC 62229724. pp. 176-181.

⁷ Stackelberg, Roderick (2002). *Hitler's Germany: Origins, Interpretations, Legacies*. London; New York: Taylor & Francis. pp. 156 ff.

Восточной Европе¹. На вооружение вновь взята славянофобия – видно, что идеологическая основа осталась практически неизменной.

Во-вторых, Восточная Европа, как и ранее, представлялась Германии благодатным полем для развёртывания политики переселенческого колониализма для немецких крестьян. Следовательно, был повторно взят курс на германизацию² Прибалтики и Польши, позднее Украины и иных оккупированных земель.

В-третьих, острая нужда Рейха в ресурсах СССР обуславливает историческую заинтересованность Германии в установлении как минимум экономического контроля над территорией России.

Наконец, идеологическая победа арийцев над восточной варварской расой, представленной «русскими под политическим знаменем большевизма»³ – одна из ключевых задач германского руководства во Второй мировой войне.

Как и в предыдущий раз, немецкое правительство активно занималось подчинением «слов и мыслей» целям войны. Информационная обработка народонаселения восточного пространства стала персонализированной, направленной на отдельно взятый народ Советского Союза. Немецкие пропагандисты предлагали представителям разных этносов сбросить с себя большевистское ярмо, помочь немецкой армии в построении нового мирового порядка.

Однако советское общество оказалось устойчиво. Тотальный пропагандистский пресс не смог сегрегировать народ даже в

условиях наступления противника на Москву. Руководство СССР, обладая необходимыми инструментами для эффективной агитации, смогло одержать решительную победу в информационной борьбе.

Страны-союзницы не смогли смириться с господствующим внешнеполитическим положением победившего в войне русского народа. Затаившаяся ненависть к присутствию России в политическом пространстве Европы вновь дала о себе знать и заиграла новыми красками в холодную войну, когда у СССР и других участников Антигитлеровской коалиции не осталось общего врага. Русофобия в маске антисоветизма – информационный тренд Западной Германии.

ФРГ возобновила исследовательскую и разведывательную деятельность в Восточной Европе в рамках организации «*Ostforschung*». Формальная цель – поддержание многосторонних связей с восточноевропейскими государствами. Однако практическая задача была иная – дискредитация социалистического блока. Ослабленная, но умелая Западная Германия продолжала изучать СССР, чтобы использовать полученные знания для подрыва советского присутствия⁴ в Европе.

ФРГ конструировала социально-политическую реальность для дальнейшего обоснования антисоветского (а значит, и антирусского) политического курса. Так, создавались и распространялись фейки по типу зверств Красной Армии против гражданского населения Германии. Всюду сообщалось⁵ о совет-

¹ William L. Shirer. *The Rise and Fall of the Third Reich* – New York, NY: Simon & Schuster, 1960. – ISBN 978-0-671-62420-0. p. 75

² Герхард Вайнберг «Внешняя политика гитлеровской Германии: дипломатическая революция в Европе, 1933–1936», Чикаго: University of Chicago Press, 1970. – С. 166–168.

³ Stein, George H. (1966). *The Waffen SS: Hitler's Elite Guard at War, 1939–1945*. Cornell University Press. pp. 126–127.

⁴ «Остфоршунг» // Военная энциклопедия / П. С. Грачёв. – Москва: Военное издательство, 2002. – Т. 6. – С. 179

⁵ Volksbund für Frieden und Freiheit (Народная лига за мир и свободу) – орган пропаганды ФРГ, ответственный за распространение шпиономании в Западной Германии. - <https://www.foiaresearch.net/organization/volksbund-fur-frieden-und-freiheit>

ских вредителях¹, угрожавших промышленным объектам и критической инфраструктуре страны.

Информационные диверсии сыграли важную роль в постепенном разложении советской идеологии, что повлекло за собой распад СССР и соответствующую утрату влияния на Европу, к чему и были приложены усилия западного истеблишмента.

Культура русофобии активно поддерживается и правительственными институтами, и медиаимпериями Германии по сей день. Украинский кризис стал поводом для усиленных бюджетных вложений федерального правительства в информационные кампании в Восточной Европе. Свидетельством тому является, например, активное участие ФРГ в составлении программного документа Европейской службы внешних связей «*Action Plan On Strategic Communication*» («План действий для стратегической коммуникации»). В нём заявляется, что необходимо защитить страны Восточной Европы от информационной дезинформации и продвигать ценности Европейского Союза в рамках эффективной стратегической коммуникации².

Разумеется, подобные мероприятия подразумевают под собой насильственный экспорт демократии в медиапространство России и стран бывшего СССР.

Информационному потребителю предоставляется свободный выбор источников СМИ, но он не догадывается, что они принадлежат одному организатору и служат единому смыслу – противостоянию «русскому миру», России и русским.

Специальная военная операция России на Украине показала, насколько могут усилиться русофобские тенденции. Казалось бы, локальное выяснение отношений мало должно волновать Германию, ибо на деле не несёт для неё геополитических угроз, но наша страна множественно немецких новостных изданий теперь обвиняется в *рашизме*³. Россия ставится в один ряд с Третьим Рейхом и Фашистской Италией. Этим политическим неологизмом объясняется эскалация российско-немецкого конфликта во всех планах: милитаризация ФРГ на качественно новом уровне⁴, наращивание⁵ военных поставок для киевского режима, обучение украинских военных на полигонах Германии⁶, бойкот русской культуры и её деятелей⁷, фактический разрыв гуманитарных отношений с Россией.

Итак, немецкие политтехнологи делают всё возможное, чтобы оправдать русофобский внешнеполитический курс политического руководства. Однако такая воинственность раскачивает положение внутри Германии, не только реактивируя дальнейшую дискримина-

¹ Шпиономания в ФРГ. Плакаты 1950–1951 годов. // Сайт «История пропаганды». – 11.09.2013 - <https://propagandahistory.ru/1325/SHpionomaniya-v-FRG-Plakaty-1950-1951-godov/>

² The European External Action Service on the Action Plan on Strategic Communication – June 22, 2015. - https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/action_plan_on_strategic_communication.docx_eeas_web.pdf

³ Kriegspropaganda in Russland: Die Methode "Raschismus" // Tagesschau. – 07.04.2022 - <https://www.tagesschau.de/ausland/asien/russland-propaganda-103.html>

⁴ Vorbereitung auf »aufgezwungenen Krieg« – Bundeswehr soll deutlich kampfkraftiger werden // Spiegel Politik. – 14.11.2022 - <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/bundeswehr-vertrauliches-strategiepapier-sieht-staerkung-der-kampfkraft-vor-a-daa2482e-c68f-4781-bb0a-50a6ad4b3408>

⁵ Mehr deutsche Waffen für die Ukraine – so geht's // Spiegel Politik. – 21.08.2022 - <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/mehr-deutsche-waffen-fuer-die-ukraine-so-geht-s-meinung-a-3a08af51-3b65-47b1-8bb6-a0756575a08d>

⁶ EU bildet ukrainische Brigaden aus // Deutsche Welle. – 15.11.2022 - <https://www.dw.com/de/eu-bildet-ukrainische-brigaden-aus/a-63764632>

⁷ Kultur-Boycott gegen russische Künstler - Solidarität mit der Ukraine // Deutsche Welle. – 03.03.2022 - <https://www.dw.com/de/boycott-gegen-russische-k%C3%BCnstler-a-60996623>

цию русскоязычного населения ФРГ, но и вызывая всплески социального недовольства уже среди самих немцев – немногие из них готовы к аномальным скачкам¹ цен на коммунальные услуги ради поддержки далёкой Украины.

Сегодня стоит признать тот факт, что, пока Россия будет претендовать на региональное и мировое лидерство, отношения между ней и Германией (и Европой в целом) будут колебаться от умеренно напряжённых до критически конфронтационных. Чтобы сохранить и приумножить международный престиж, нашему государству жизненно необходимо обеспечить национальную безопасность и перейти в контратакующую позицию на информационном пространстве для закрепления за собой исторических сфер влияния.

Вытеснение русофобии из Германии – задача, на решение которой уйдёт не менее десятка лет. Потребуется тесное взаимодействие и построение по-настоящему доверительных отношений между Россией и ФРГ, что в настоящее время практически невыполнимо.

¹ Strom und Energie: Warum dieser Preis? // Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft Blog – 29.09.2022 - <https://www.bdew.de/online-magazin-zweitausend50/geld/strom-und-energie-warum-dieser-preis/>

ПРОЯВЛЕНИЕ РУСОФОБИИ В ЗАГЛОВКАХ СТАТЕЙ ОБЩЕСТВЕННО- ПОЛИТИЧЕСКОЙ ГАЗЕТЫ «EL PAÍS»



А.В. Власенко¹

Аннотация. Этнические стереотипы – мощнейшее оружие, которым средства массовой информации формируют политический медиаобраз того или иного государства. В статье рассматривается история формирования стереотипов о советской и российской политической элите внутри Испании, в основе которых заложен этнический признак. Исследование опирается на анализ заголовков испанской общественно-политической газеты «El País» в период с 24 февраля по 25 октября 2022 года, которые так или иначе формируют ложное представление о России и специальной военной операции на Украине.

Ключевые слова: этнические стереотипы, политический медиаобраз, современная повестка

¹ Артём Владимирович Власенко, студент 3-го курса факультета мировой политики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова; e-mail: vlasenko.artiom55@gmail.com

² Artyom Vlasenko, is the 3rd year student, School of World Politics, Lomonosov Moscow State University; e-mail: vlasenko.artiom55@gmail.com

³ Шимбель Н., Собор Е. АВТОСТЕРЕОТИПЫ И ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПЫ В МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЯХ // Организация работы с молодежью. - 2014 г. - №

RUSSOPHOBIA ON THE FRONT PAGE OF THE PUBLIC-POLITICAL NEWSPAPER "EL PAÍS"

A. Vlasenko²

Abstract. Ethnic stereotypes are the main weapon of the media which forms the media image of the state. The article touches on the history of the formation of stereotypes about the Russian political elite. After the start of a special military operation in Ukraine, the Spanish public-political newspaper "El País" began to publish headlines that form a false image of Russia. The study is based on these headings.

Key words: ethnic stereotypes, media image of the state

Этнические стереотипы разделяют на автостереотипы и гетеростереотипы. Автостереотипы – представление членов конкретной этнической группы о самих себе. В данном случае объектом исследования являются типичные представители своей этнической группы. Гетеростереотипы – это образы представителей других этнических групп, сложившиеся в данной группе. Гетеростереотипы могут быть как позитивные, так и негативные, в зависимости от исторического опыта взаимодействия данных народов. В их содержании следует отличать относительно устойчивое ядро – комплекс представлений о внешнем облике представителей данного народа, о его историческом прошлом, особенностях образа жизни и трудовых контактах и ряда других изменчивых суждений относительно коммуникативных и моральных качеств данного народа³. Следовательно, чтобы разоб-

раться в характере гетеростереотипных представлений о России в Испании, необходимо описать историю их формирования.

Исторически отношения между Россией и Испанией всегда были «тёплыми». Все изменилось после Октябрьской революции и прихода к власти коммунистов. Именно с этого периода не только в Испании, но и в большинстве капиталистических стран мира, начинается «золотой век русофобии». Риторика Мадрида второй половины 1936 года, по мнению испанских националистов тех времён, была следующей: гегемония Коммунистической партии и СССР, ЧК, Пятый полк, Интернациональные бригады. «Все эти элементы, о которых бежавшие из столицы писали с ужасающими подробностями и преувеличениями, привели к тому, что город стали называть Мадридоградом — филиалом Москвы на берегу реки Мансанарес», — говорит Фернандо Кастильо, автор исторического очерка «Годы Мадридограда». Испанские националисты, а после смерти Франко в 1975 году и демократы, испытывали отвращение ко всему советскому¹.

После распада Советского Союза произошел переход от боязни коммунизма к освобождению от русофобии. С приходом к власти В.В. Путина Россия стала восприниматься как государство, которое способно стать потенциальным либеральным союзником. Хотя российская демократия и рассматривалась как специфическая и трудно вписывающаяся в европейское представление, все же стоит констатировать тот факт, что тренд на русофобию снижался.

Новое обострение произошло после событий 2014 года, а «горячая» фаза русофобии началась после начала Специальной военной операции 24 февраля 2022 года.

Согласно Внешнеполитической стратегии Испании 2021-2024 гг., которая была разработана Испанской социалистической рабочей партией и партией PODEMOS во главе с премьер-министром Педро Санчесом², Испания на ближайшие 4 года будет ориентироваться на двух ведущих акторов в международных отношениях — ЕС и США³. Следовательно, антироссийская риторика в Испании кажется логичной.

Это подтверждают и заголовки статей газеты «El País». Выбор в качестве анализируемого источника был сделан в пользу газеты «El País», поскольку целевой аудиторией являются представители политической, научной, экономической и общественной элиты, которые в свою очередь формируют современную повестку в государстве. Вот некоторые из проанализированных заголовков:

- «*Rusia ataca con misiles una central térmica del oeste de Ucrania*». — *Россия наносит ракетный удар по теплоэлектростанции на западе Украины.*
- «*Las autoridades títeres de Moscú descartan de momento la evacuación de civiles de la provincia ocupada de Zaporíjia*». — *Марионеточные власти Москвы на данный момент исключают эвакуацию гражданского населения из оккупированной Запорожской области.*

¹ Breve historia de la rusofobia // elconfidencial.com. - 6 августа 2022 г. -

https://www.elconfidencial.com/mundo/2022-06-08/putin-rusia-ucrania-rusofobia-rambo_3434765/

² Новая внешнеполитическая стратегия Испании 2021-2024 // russiancouncil.ru. - 26 января 2021 г. -

<https://russiancouncil.ru/blogs/leonid-pasternak/novaya-vneshnepoliticheskaya-strategiya-ispanii-20212024/>

³ Estrategia de Acción Exterior 2021-2024 // lamoncloa.gob.es. - 4 апреля 2021 г. -

<https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeminstros/Paginas/enlaces/270421-enlace-exterores.aspx>

- «Drones «suicidas» iraníes, la nueva arma favorita de Rusia en Ucrania». – *Иранские беспилотники – «смертники», новое любимое оружие России на Украине*
- «Putin ataca Kiev». – *Путин атакует Киев.*
- «Rusia responde al sabotaje del puente de Kerch con múltiples misiles contra el corazón de Kiev». – *Россия отвечает на саботаж Керченского моста множественными ракетными ударами по центру Киева.*
- «Rusia y China, dos imperialismos incómodos». – *Россия и Китай, два неудобных империализма.*
- «Liturgia con aroma funerario en el Kremlin». – *Литургия с погребальным ароматом в Кремле.*
- «Putin y las formas de morir de un dictador». – *Путин и способы смерти диктатора.*
- «Rusia no quiere la paz». – *Россия не хочет мира.¹*

Объединяющим фактором названий данных статей является явная антироссийская риторика, а также стереотипное представление о российской политической элите, в первую очередь в лице В.В. Путина, и искажение фактов о целях и действиях России в рамках СВО.

Исходя из проведенного анализа заголовков на примере общественно-политической газеты «El País», можно сделать вывод, что заголовки в общественно-политических газетах являются мощнейшим оружием на службе средств массовой информации, которое способствует стереотипизации мышления, что в свою очередь создает почву для формирования антироссийских настроений внутри испанского государства.

¹ Испанская общественно-политическая газета «El País» // elpais.com. - <https://elpais.com/>

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ



А.П. Тишина¹

Аннотация. Статья посвящена теме ведения информационных войн в контексте современных международных отношений. Информационное воздействие на человека существовало всегда, однако в эпоху информатизации оно стало более активным, действенным и часто скрытым. Термины «информационные» и «психологические войны» активно используются политиками. Информация сегодня превратилась в оружие. В работе раскрывается понятие «информационных войн», выделяются основные этапы и раскрываются методы ведения. Также автор статьи затрагивает проблемы информационного воздействия Запада на Россию с началом ведения специальной военной операции, репрессии, с которыми столкнулись российские СМИ за рубежом. При этом автор работы

раскрывает позицию России в вопросе ведения информационной войны и законодательный ответ нашей страны на дискриминацию российских СМИ.

Ключевые слова: информационные войны, информационное воздействие на общество, средства массовой информации, безопасность государства, санкции.

INFORMATION WARS IN THE CONTEXT OF MODERN INTERNATIONAL RELATIONS

A. Tishina²

Abstract. This paper covers the subject of the development and conduct of information warfare in the context of modern international relations. The paper explains the concept of 'information warfare' and describes its main stages and methods. The author also addresses the issue of the Western informational influence on Russia amid the special military operation and highlights the emergence of the repression and persecution faced by Russian media outlets and journalists abroad. Furthermore, the article gives insights into Russia's position on the problem of information warfare and the country's legislative response to discrimination against Russian media.

Key words: information warfare, informational influence on society, the media, state security, sanctions.

Определить, когда информация стала использоваться в качестве оружия, достаточно сложно, так как информационное воздействие существовало всегда. В древние времена в качестве информационных атак использовалась мифология, в наши дни – идеология. В отличие от настоящего времени, раньше такое

¹ Тишина Анна Павловна, студентка 2-го года обучения бакалавриата факультета мировой политики, Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, e-mail: cassiopeia.any@mail.ru

² Anna Tishina, 2nd year bachelor's student, School of World Politics, Lomonosov Moscow State University, e-mail: cassiopeia.any@mail.ru

воздействие не называлось войной, что объяснялось отсутствием технических средств передачи данных. Сегодня информационные сети многократно увеличивают мощь информационного оружия. Современное общество открыто, что создает предпосылки для увеличения объемов информационных потоков¹.

Информационная война – это война без правил, без видимых разрушений и порой даже без четко определенного противника. Разнообразие применяемых в ней методов бесконечно, а ключевая опасность состоит в том, что воздействие на отдельного человека может долгое время оставаться незамеченным².

Цель информационных войн - установление контроля над информационным пространством и механизмом принятия государственных решений.

По мнению Н.И. Панарина, информационная война - это «комплексное совместное применение сил и средств информационной и вооруженной борьбы»³. Д.А. Швец придерживается мнения, что «информационная война - это коммуникативная технология по воздействию на информационные системы противника для достижения информационного превосходства в интересах национальной стратегии»⁴.

В ходе информационной войны можно выделить три основных этапа:

- определение целей (зачем это нужно и что необходимо получить в результате);

- стратегия, которая должна учитывать четыре базовых компонента коммуникационной технологии (подготовку сообщения, определение канала, выбор коммуникатора, целевую аудиторию, на которую ориентировано сообщение);
- план тактических мероприятий.

Существует два направления ведения информационных войн: информационное и психологическое. В первом случае объектом воздействия становятся компьютеры и информационные системы, во втором - индивидуальное и массовое сознание. Соответственно, в зависимости от этого выбираются способы воздействия. В ходе информационной войны необходимо планировать собственные ресурсы и ресурсы противника, учитывая наличие времени, высококвалифицированных специалистов, материально-технической и финансовой базы, доступ к средствам массовой информации. В случае проведения психологической войны на первое место выходят процессы формирования общественного мнения. Эффективными методами являются преуменьшение значимости события, представление мнения меньшинства как мнения большинства населения, смещение смысловых и идеологических акцентов⁵.

В настоящее время в мире происходит много вооруженных, политических и иных конфликтов, освещение которых в СМИ

¹ Бовал В. Информационная война – эффективность без оружия // topwar.ru Военное обозрение – 18 октября 2012 - <https://topwar.ru/20000-informacionnaya-voyna-effektivnost-bez-oruzhiya.html>

² Шейкин А.Г. Информационная война // Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации – 21 июня 2022 г. - <http://council.gov.ru/services/discussions/blogs/136503/>

³ Тыщук Н.В. Информационные войны как инструмент воздействия на массовое сознание // Международная ассоциация ученых, преподавателей и специалистов (Российская Академия Естественных Наук) - 2017 г. - <https://scienceforum.ru/2017/article/2017032133>

⁴ Карлович О.Г. Особенности ведения современных информационных войн в СМИ и сети Интернет // Журнал «Мировая политика» - 2017 г. - <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vedeniya-sovremennyh-informatsionnyh-voyn-v-smi-i-seti-internet>

⁵ Зубкова А. Информационные войны как средство управления общественно-политическими процессами // Альманах «Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations» - 2006 г. - <http://www.advlab.ru/articles/article551.htm>

различными странами, в том числе противоборствующими, порождает огромный поток противоречивой информации. Очевидно, что каждая из сторон конфликта настроена осветить то или иное событие с удобной для себя стороны.

Для того чтобы закрепить контроль над массами, используются определенные методы.

- Экономический контроль через создание финансовых кризисов искусственного происхождения, для выхода из которого необходим кредит, который дается, как правило, после выполнения ряда обязательств (чаще всего заведомо невыполнимых).
- Смещение понятий, когда общепризнанный термин используют не по назначению, в результате чего смысл его в общественном понимании меняется.
- Применение ничего не значащих понятий, которые находятся на слуху, но объяснить которые никто не может.
- Ссылки на несуществующие данные (например, рейтинги).
- Приоритет негативной информации над положительной. Примером может служить огромное количество скандальных репортажей в прессе (за позитивную информацию кому-то нужно платить, а негативная сама себя продает).

По мере развития коммуникаций влияние информационной войны на человеческую цивилизацию растет. С применением Интернета и других средств массовой коммуникации вопрос безопас-

ности государства в информационном поле и киберпространстве становится особенно острым. Информационные войны применяются для промышленного шпионажа, разрушения инфраструктуры жизнеобеспечения государств, взлома и дальнейшего использования личных данных людей, дезинформации, электронного вмешательства в командование и управление военными системами и объектами, выведения из строя военных коммуникаций¹.

Информационная война включает в себя комплекс мероприятий, направленных на достижение информационного превосходства в процессе обеспечения реализации национальной военной стратегии. Информационное превосходство дает возможность поддерживать высокий темп проведения операции, обеспечивает доминирование, непредсказуемость. Некоторые государства включили информационную войну в свои военные доктрины, осознавая, что информация - весьма эффективное оружие.

В России до недавнего времени не существовало определенной позиции по данной проблеме. Только в 2000 году глава государства подписал Доктрину информационной безопасности России. Был создан специальный орган – Управление информационной безопасности в Совете Безопасности Российской Федерации. В настоящее время разработками отечественных методов ведения информационной войны занимается несколько подразделений: ФСБ, ФАПСИ и Управление «Р» в структуре МВД, в область полномочий которого входит проведение расследований преступлений, связанных с информационными технологиями.

¹ Попова С.В., Федоринов В.Е. Цели и последствия информационной войны // Журнал «Воздушно-космические силы. Теория и практика» №6 - июнь 2018 г. - <https://cyberleninka.ru/article/n/tseli-i-posledstviya-informatsionnoy-voyny/viewer>

Сегодня в мире происходит множество вооруженных, политических и иных конфликтов, освещение которых в СМИ порождает огромный поток противоречивой информации, так как каждая из сторон конфликта настроена преподнести событие судобной для себя стороны.

С началом «специальной военной операции» Россия столкнулась с беспрецедентным информационным вторжением Запада. К противостоянию подключились крупные Интернет-компании; масштабны репрессии в отношении российских СМИ и журналистов за рубежом. Начиная с 26 февраля текущего года, значительное число стран, таких как Великобритания, Германия, США, Австралия, Болгария, Канада, Латвия, Литва, Польша, Румыния, Франция, Эстония и др. ввели рестрикции по отношению к российским радио- и телеканалам:

- отстранены от работы в иностранных агентствах авторы и ведущие русскоязычных новостных блоков;
- в санкционные списки внесены директора и отдельные журналисты-международники;
- отозваны лицензии на вещание;
- заблокированы социальные сети;
- введены ограничительные меры на въезд отдельных лиц в страны;
- заморожены банковские счета информационных агентств.

На информационную войну против нашей страны был дан законодательный ответ – Президент России подписал закон о зеркальном ответе на дискриминацию российских СМИ за рубежом. Мера влечет за собой прекращение деятельности СМИ иностранного государства, которое ввело ограничение на работу или запрет

российских СМИ; прекращение действия лицензии на вещание; запрет на распространение любых информационных материалов. Также деятельность СМИ приостанавливается в случае распространения им выдаваемых за достоверные ложных общественно значимых сообщений, фейков о Вооруженных силах РФ, дискредитацию использования ВС РФ в целях защиты интересов страны и ее граждан.



Редакционный совет:

Главный редактор:

Л.В. Минаева, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой международной коммуникации факультета мировой политики МГУ имени М. В. Ломоносова

Ответственный редактор:

Н.Л. Колесникова, кандидат филологических наук, доцент кафедры международной коммуникации факультета мировой политики МГУ имени М. В. Ломоносова

Редакционный совет:

И.А.Гладченко, кандидат политических наук, ст.преподаватель кафедры международной коммуникации МГУ имени М.В.Ломоносова

В.В.Кравцов, доктор филологических наук, доцент кафедры международной коммуникации МГУ имени М.В.Ломоносова

Н.В.Легошина, кандидат социологических наук, доцент кафедры международной коммуникации МГУ имени М.В.Ломоносова

Л.Э.Слуцкий, доктор экономических наук, Президент факультета мировой политики МГУ имени М.В.Ломоносова

О.И.Трохинова, кандидат политических наук, ст.преподаватель кафедры международной коммуникации МГУ имени М.В.Ломоносова



www адрес: <http://fmp.msu.ru/nauka>

2023