

10.Юрьев А.И. Феномен лимитрофизации как ведущий инструмент внешнеполитического воздействия на Россию // Проблемный анализ и
УДК:32.019.5
ГРНТИ:11.15.19

государственно-управленческое проектирование.
2011. №6. С.142

СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОГО ОБРАЗА УКРАИНЫ В СМИ США

DOI: [10.31618/ESU.2413-9335.2020.6.72.659](https://doi.org/10.31618/ESU.2413-9335.2020.6.72.659)

Цыркина И.А.

*Московский Государственный Лингвистический Университет
Студентка IV курса*

THE SPECIFICS OF FORMING A FOREIGN POLICY IMAGE OF UKRAINE IN THE U.S. MEDIA

Irina Tsyrkina

*Moscow State Linguistic University
4th year student*

АННОТАЦИЯ

Данная статья посвящена исследованию специфики формирования внешнеполитического образа в современной мировой политике, а именно, образа Украины в СМИ США. Также работа обусловлена увеличившимся использованием методов и технологий формирования внешнеполитического образа государства на уровне современной мировой политики. В настоящее время распространено мнение о том, что СМИ занимают одно из главных мест в современном политическом процессе, поэтому они могут оказывать значимое влияние, как на образ, так и на внешнеполитическую деятельность государства в сознании масс своей страны и мировой арены, в целом.

ANNOTATION

This article is devoted to the research of the specifics of forming a foreign policy image in modern world politics, notably, the image of Ukraine in the U.S. media. The work is also attributable to the intensified use of methods and technologies for forming the foreign policy image of the state at the level of modern world politics. Currently, there is a widespread perception that the media occupy one of the main places in the modern political process, so they can have a significant effect on the image and foreign policy of the state in the consciousness of the masses of their country and the world stage as a whole.

Ключевые слова: внешнеполитический образ, общественное мнение, образ Украины, масс-медиа, СМИ США.

Keywords: foreign policy image, public perception, image of Ukraine, mass media, the U.S. media.

На данный момент Украина, происходящие события внутри государства, и проводимая ею внешнеполитическая и внутривнутренняя деятельность, являются актуальными вопросами для обсуждения в глазах мировой общественности. Данные темы подвергаются спорам и конфликтам со стороны политологов, а также политиков и независимых экспертов. Сегодня практически любую информацию мы можем получить через СМИ, в свою очередь СМИ являются неким конструктором и репрезентатором различного рода информации, в том числе и материала, касающегося вопросов политики государств и их жизни, в целом. Украинский вопрос занимает существенное место в современном политическом межгосударственном диалоге, актуальным является исследование образа Украины в средствах массовой информации США.

Также в свете произошедшей революции и постреволюционных процессов на Украине, важно анализировать эти события такими, какими они предстают в иностранных СМИ, в частности американских, поскольку они влияют на создание общественных убеждений и принятия политических решений США.

Стоит отметить, что государственные и революционные события в Украине активизировали процесс освещения новостей об Украине в СМИ других стран. Следует отметить, что в постреволюционный период, - свержение режима Януковича 22 февраля и в период дальнейшей смены правления Украины, в частности, и политического курса, в общем, - начали появляться исследования об образе Украины в СМИ европейских государств и США, которые показали кардинальные изменения восприятия Украины за рубежом.

В целом, отражение в новостях США информации о событиях в Украине можно отметить как значимое для последней, поскольку, по мнению К. Боулдинга, политика в целом, а особенно ее внешнеполитическая составляющая, позволяют запустить «процесс формирования образа под стимулирующим воздействием сообщений, переданных через средства связи» [10], притом, по мнению исследователя, указанный процесс имеет существенное влияние на ход принятия политических решений.

Взяв за внимание вышеуказанное мнение, можем сказать, что образ государства формируется

средствами публичной дипломатии, направленной на поддержание хорошей репутации государства как сильного игрока на международной арене [1].

В контексте глобализации, «национальный образ», как сложное понятие, стало чрезвычайно важным для правительств стран и городов [9]. Этот термин является близким и к понятию "национального брендинга", и часто ассоциируется с публичной дипломатией, международным восприятием и международными отношениями.

Следует отметить, что образ страны является многомерным термином. По мнению Ф. Гребси, его можно определить через концепт идентичности страны, состоящий из физических (география, естественные недра, демография), культурных (сюда входит и история), персональных (имя, знаменитости), реляционных (правительства, международные организации) элементов [12].

Также стоит отметить факт о том, что в контексте развития дисциплинарных наук, возникло понятие "медиатизация", которое обозначает новую природу политического процесса как социальный процесс изменений, где медиа является независимым общественным институтом, который не только передает и освещает информацию, но и формирует социокультурную реальность. То есть, политика все больше пользуется медийной логикой, а потому отражение ее внешних аспектов позволяет исследовать специфику формирования образа государства в масс-медиа, в данном случае – на примере американских СМИ [3, 4].

В качестве основного источника информации мы взяли публикации онлайн-версии печатной газеты "The New York Times". Мы выбрали именно это периодическое издание, поскольку оно охватывает наибольшую аудиторию в США: занимает первое место среди наиболее тиражируемых газет в мире [17].

Эти факты свидетельствуют о том, что "The New York Times" пользуется доверием, задает информационные тенденции в стране, формирует общественное мнение и влияет на политические решения (что мы рассмотрим позже).

Что касается временных границ исследуемого материала, то в нашей работе мы сосредоточимся на двух следующих периодах:

– февраль 2014 г.;

– с 1 марта 2014 г. до настоящего момента.

Эти временные рамки были выбраны, поскольку эти периоды маркируют ключевые события, в частности кульминацию и развязку, революции, которая получила широкий резонанс в зарубежной прессе и постреволюционные процессы страны, а также участие Украины в Олимпиаде.

Также второй период (с 1 марта 2014 года по настоящий момент) – в связи с хоть и уменьшившимся, но все же немалым количеством публикаций, анализируются лишь избранные материалы, наиболее полно освещающие знаковые события в Украине и отражающие особенности ее внешнеполитической стратегии.

Учитывая популярность и позиционирование издания, образ Украины, который им культивируется, разделяет значительное количество людей.

Отметим, что в фокусе нашего анализа был только текстовый материал.

Исследуемый материал мы разделили на 7 категорий: "Революция" (20 новостей), "Постреволюционные процессы" (20 сообщений), "Международная политика" (29 материалов), "Российская политика" (9 статей), "Спорт" (29 публикаций), "Культура" (4 материала), "Иммигранты" (5 новостей). Что касается категории «Иммигранты», то мы опирались на словесные маркеры, которые обозначали нынешних жителей США, которые когда-то эмигрировали из Украины и факт их участия в событиях, которые составили новость.

Разделение исследуемых публикаций на вышеуказанные категории позволило нам исследовать образ Украины как страны с нестабильной политической ситуацией, видение имиджа страны международным сообществом, а также характер представления культуры и спорта Украины в иностранных СМИ.

Отметим, что в первом периоде во всех материалах о революции и постреволюционных процессах (40 единиц) Украина является основной темой новостных материалов. В заголовках слово "Украина", "украинский" или "украинцы" встречается в 26 публикациях, 7 заголовков содержат географическую привязку к столице Украины – Киеву, а 4 – к Крыму.

Сравним с этим, почти 80% упоминаний Украины в феврале 2020 г. были связаны с упоминанием России, Москвы, Кремля и Путина [7]. Множество упоминаний связано с политикой нового Главы украинского государства в ракурсе сравнения текущей внешней политики Украины с таковой периода революции 2014 года.

Также стоит отметить, что в исследуемых публикациях Украина все еще позиционируется как бывшая республика СССР. Такая риторика прослеживается в 18 новостных статьях из 41 в первом периоде (то есть, почти в половине), и примерно в трети из выборочно исследованных публикациях второго обобщенного периода (с различием, связанным с тем, что в последующем периоде более указывается на противостояние Украины как бывшей союзной республики с Россией как правопреемником СССР). Чаще всего такая тенденция отражена в клишированных ярлыках – «Украина, бывшая республика СССР, с населением около 46-ти миллионов человек» ("Ukraine, a former Soviet republic of 46 million people" [13]). Такая ассоциация отражает стереотипное представление об Украине как стране советского лагеря.

Для более объективного изучения образа государства в зарубежных средствах массовой информации, был исследован ряд иных изданий США, а именно Financial Times, Wall Street Journal, The Guardian. Что касается освещения

внешнеполитического образа Украины и происходящих событий в стране в вышеуказанных масс-медиа США, то с начала украинского кризиса американские СМИ осуждали лишь действия России в 2014 году, формируя тем самым России образ «врага», в то время как Украину представляли, как слабое коррумпированное государство, требующее реформирования [2]. Также часто сообщалось о долгах Украины и договоре с Международным валютным фондом (МВФ). Таким образом, в начале украинского кризиса образ государства был охарактеризован экономической слабостью, так как часто в самых авторитетных СМИ США можно было встретить следующие заголовки: «IMF warns Ukraine it will halt \$40bn bailout unless corruption stops» [11], «IMF warns Ukraine bailout at risk of collapse», «Ukraine crisis: Crimea in the dark in Russia power row» [16], «Russia attacks, seizes Ukrainian vessels in Black Sea off Crimea» [14] и т.д.

После 2015 года снизилось количество негативной информации и начали появляться заголовки с позитивным окрасом, например, «Ukraine Rating Raised to B-by S&P on Debt Exchange, Reform Plan» [15].

На данный момент сократилось количество информации об Украине в 2,4 раза по сравнению с периодом с 2014 по 2017 года согласно исследованию, проведённому VoxUkraine. Также стоит отметить, что зачастую новостной материал об Украине идёт в контексте российской проблематики или региональных геополитических вопросов [6]. Таким образом, внешнеполитический образ Украины в американских СМИ является нейтральным или позитивным, так как СМИ США не представляют Украину в невыгодном для неё свете, скорее они сообщают об отдельных действиях правительства Украины или связывают информацию об Украине с действиями России, тем самым формируя недоброжелательный образ России, а не Украины.

Согласно исследованию, проведённому Gallup Organization (служба социологических опросов при американском институте общественного мнения Джорджа Гэллупа) [12], 17 % американской общественности считают Украину союзником, 47 % считают дружественной страной [8], таким образом более половины американцев (64 %) положительно воспринимают Украину и её внешнеполитическую деятельность.

Однако, стоит отметить, что в СМИ США преобладает неоднозначный образ Украины, это связано с тем, что сегодня существует большое количество масс-медиа с разной направленностью, соответственно, и с разными методами передачи и освещения образа государства и его внешнеполитической деятельности.

Список литературы:

1. Баталов Э.Я. Массовое политическое сознание современного американского общества: методология исследования // Общественные науки. 1981. №3. С. 93-116.

2. Голоусова Е.С. Факт и его интерпретации в СМИ: кризис на Украине глазами зарубежных журналистов (на примере Washington Post, New York Times и др.). // Гуманитарный вектор. Серия: История, политология. №3. С. 116-121.

3. Киселев И.Ю. Психология в политике и международных отношениях. Япрославль: ЯрГУ, 2002. 136 с.

4. Киселев И.Ю., Смирнова А.Г. Динамика образа государства в международных отношениях. СПб.: Издательство СПбГУ, 2006. 269 с.

5. Марецкая Н.А. Имидж Украины в новых медиа США: контент-анализ 2008-2015 гг. // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Серия: Философия. Политология. Культурология. 2018. №4. С. 133-143.

6. Надельнюк А. Забыть об Украине: что писали о нашей стране западные СМИ и рупоры пропаганды – [Электронный ресурс]. URL: <https://eurointegration.com.ua/articles/2018/05/15/7081716/> (Дата обращения: 24.03.2020).

7. Нью-Йорк Таймс, результаты запроса по тэгу «Ukraine», февраль 2020 г. [Электронный ресурс]. // Режим доступа: <https://www.nytimes.com/search?dropmab=false&query=ukrain&sort=newest> (Дата обращения: 20.03.2020).

8. Юровская Д. Как американцы воспринимают РФ и Украину – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mediaport.ua/kak-amerikancy-vospriimayut-rf-i-ukrainu/> (Дата обращения: 21.03.2020).

9. Anholt S. (2008). The importance of national reputation. In J. Welsh & D. Fearn (Eds.), *Engagement: Public diplomacy in a globalized world*. - pp. 30-43.

10. Boulding K. National Images and International Systems. // *The Journal of Conflict Resolution*. - 1959. - P. 120-131.

11. Elliot L., Wintour P. IMF warns Ukraine it will halt \$40bn bailout unless corruption stops – [Электронный ресурс]. URL: <https://amp.theguardian.com/world/2014/dec/10/imf-warns-ukraine-halt-40bn-bailout-corruption/> (Дата обращения: 22.03.2020).

12. Gallup Organization [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gallup.com/home.aspx/> (Дата обращения: 21.03.2020)

13. Graby F. Countries as Corporate Entities in International Markets, in *Product*. - Country Images. Impact and Role in International Marketing, Papadopoulos, N., Heslop, L.A. International Business Press, New York. – P. 162.

14. Higgins A., Kramer A.E. Ukraine Has Deal, but Both Russia and Protesters Appear Wary [Электронный ресурс]. // Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2014/02/22/world/europe/ukraine.html> (Дата обращения: 24.03.2020).

15. Johnson A. Russia attacks, seizes Ukrainian vessels in Black Sea off Crimea – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nbcnews.com/storyline/ukraine-crisis/russia-attacks-seizes-three-ukrainian-naval->

vessels-coast-crimea-black-n939876/ (Дата обращения: 24.03.2020).

16. Popina E. Ukraine Rating Raised to B-by S&P on Debt Exchange, Reform Plan – [Электронный ресурс]. URL:

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-10-19/ukraine-reiting-raised-to-b-by-s-p-on-debt-exchange-reform-plan/> (Дата обращения: 21.03.2020).

17. Spiegel P. IMF warns Ukraine bailout at risk of collapse – [Электронный ресурс]. URL: <https://amp.ft.com/content/9a3efede-7fc5-11e4-acf3-00144feabdc0/> (Дата обращения: 24.03.2020).

18. Top 200 Newspapers in the World [Электронный ресурс]. // Режим доступа: <https://www.4imn.com/top200/> (Дата обращения: 20.03.2020).