

Несколько основных стереотипов о России и русских на примере статей из словацкой, французской и английской печати

A Few Basic Stereotypes about Russia and the Russians on the Example of Articles in Slovak, French and English Press

After the fall of the communist regime, Russia has been playing an important role in the international course of events. Nevertheless, it is indisputable that the events within this country have a large impact on how this country and its inhabitants have been perceived beyond its borders. The author of this work focuses on the media discourse and on the stereotypes used in the Slovak, French and English articles describing the situation during the period of the parliamentary elections in 2007, president elections in 2008 and the gas crisis at the beginning of the year 2009. The aim of this work is not to give a detailed linguistic analysis of the selected texts but to communicate and join the particular discourse elements and strategies with a wider political and social context to which the concrete texts and images are set, together with the pursued intentions. The author therefore concentrates on the analysis of the given items on the level of the applied symbols and stereotypes in order to reveal the meanings supporting the intended creation of the concrete display in the minds of readers and thus to link the discourse analysis with its background and motivation.

В ходе изучения медиального и политического дискурса, мы часто сталкиваемся с понятием **стереотип**, причем внимание обращается прежде всего на этнические (этнокультурные) или национальные стереотипы. Некоторые жанры находятся в прямом отношении с использованием и образова-

нием стереотипов (анекдоты и т.п.). В СМИ и печати они широко распространены и это явление достаточно четко просматривается, например, в карикатурах.

Журналист Вальтер Липман представляет **стереотипы** как упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой «картинки мира» в голове человека. Постепенно появляются и прочие дефиниции, например социальный архетип (Потрч 1997, in: Крековичова 2005), «специфическая проекция опыта, являющаяся составляющей частью социальной памяти» и т.д.

Стереотипы представляют собой стандартизированные образы групп людей или предметов, присваивающие определенные свойства всем членам группы и участвующие в формировании и удержании идентичности. «Это представления человека о самом себе, о своей собственной группе и о членах других групп».¹

Стереотипы поведения можно определить как устойчивые, регулярно повторяющиеся формы поведения, свойственные данной культуре.² Поведение человека в обществе типизируется, адаптируется к нормам, созданным самим обществом, что, одновременно с этим, и стандартизирует его.

При обсуждении темы стереотипов, их создания и использования, мы часто сталкиваемся с понятиями как авто-, или гетеростереотип, причем автостереотип обозначает представления людей о их собственной группе и является одним из самых распространенных способов поиска национальной идентичности. С другой стороны, гетеростереотип является образом значимых *других*, связанный, прежде всего, с понятиями *предрассудок* и *дискриминация*. Предрассудки представляют собой антипатию, основанную на ошибочной обобщенности. В основном их значении это негативные отношения к определенной социальной группе в общем, или к человеку, считающемуся членом этой группы.³ Тем не менее, они могут содержать и положительные элементы. Предрассудки и стереотипы в большой степени связаны с **ассоциациями**, показывающими способ выражения нашей мысли о вещах. Сначала воспроизводятся обыкновенные способы высказывания и после их исчерпания, производятся менее конвенциональные ассоциации, связанные с более частным дискурсом. Чем более способ высказывания о данной теме привычный и лингвистически фиксированный в данной культурной общности, тем более правдоподобно его появление в продукции членов наблю-

¹ Krekovičová, E.: Mentálne obrazy, stereotypy a mýty vo folklóre a politike. Ústav etnológie SAV, Bratislava 2005, s. 10.

² Байбурина А. К.: Этнические стереотипы поведения. Издательство Наука, Ленинград 1985, с. 3.

³ Krekovičová, E.: Mentálne obrazy, stereotypy a mýty vo folklóre a politike. Ústav etnológie SAV, Bratislava 2005, s. 11.

Несколько основных стереотипов о России и русских

даемого образца. Таким образом можно узнать какие дискурсы фиксированы в локальной общности больше всех.⁴ Если, например, прочитать изучаемые при этой работе статьи, можно констатировать, что авторы используют подобные способы выражения, соответственно влиянию, оказанному культурой, в которой живут:

«Двуглавая модель не будет функционировать, думает специалист.»⁵

Название «Двуглавая Россия» несёт и статья Ивана Драбка в том же номере журнала «Pravda». Эта фраза в данном контексте приобретает перенесенное значение и имеет свое происхождение в мотиве двуглавого орла, являющегося доминантным элементом российского герба.

В связи с президентскими выборами в СМИ разных стран можно отметить наличие таких выражений, как «плебисцит» или «иллюзия демократических выборов»:

«Парламентское заседание Совета Европы считает голосование плебисцитом, а не демократическими выборами.»⁶

«Шеф великой русской франкомасонской ложи является, по словам корреспондента АП Линна Берри, иллюзией демократических выборов, созданной Кремлем.»⁷

Если вернуться к вопросу формирования стереотипов, большинство исследований сходится на мнении о том, что возникновение стереотипов начинается в соответствии с *мышлением* и *осознанием* отличий между группами, хотя и это *осознание* не обязательно отражает настоящие отличия.⁸ В том числе, надо подчеркнуть разницу между формированием стереотипов и их использованием. Так как категории, создавшиеся в этом процессе, имеют самоподтверждающие тенденции, человек пытается применять стереотипы в каждой возможной ситуации⁹, что приводит к тому, что в конфликтах ежедневной жизни мы оправдываем свое поведение и поведение других и предпочитаем упрощение действительности перед реальной причиной поведения.

⁴ Plichtová, J.: Metódy sociálnej psychológie zblízka, Kvalitatívne a kvantitatívne skúmanie sociálnych reprezentácií. Vydavateľstvo Média, Bratislava 2002, s. 63.

⁵ Rusi zvolili nástupcu Putina, журнал «Pravda», 3. 3. 2008, s. 3.

⁶ Borger, J., Harding, L., The Guardian, 4. 3. 2008, s. 7

⁷ Medvedeva neohrozí na ceste do Kremľa nikto. Opozíciu vyradili. – ежедневник «SME», 1. 3. 2008, s. 9

⁸ McGarthy, C., Yzerbyt, V., Spears, R.: Stereotypes and explanations. Cambridge University Press, Cambridge 2002, s. 69.

⁹ McGarthy, C., Yzerbyt, V., Spears, R.: Stereotypes and explanations. Cambridge University Press, Cambridge 2002, s. 71–72.

Медиаальный дискурс

С медиаальным дискурсом мы сталкиваемся ежедневно. Чем более открытым и демократичным становится общество, тем большее внимание обращается к языку СМИ. Медиаальная наука имеет в большой степени мультидисциплинарный характер. Для определения понятия *дискурс*, мы должны рассмотреть его с точки зрения разных дисциплин. Социологическая наука рассматривает дискурс в отношении к общественным связям в употреблении языка, пока в лингвистике анализ дискурса ориентируется на использование языка и языковых средств.¹⁰ В последние годы эти взгляды все больше переплетаются.

Можно считать, что подчеркивание значительной степени использования СМИ при функционировании идеологий является бесполезным, но именно этот факт в большой степени подчеркивает необходимость акцента на их типичном содержании и структуре. Многие из них основываются на *самоидентификации по отношению к другим, нам и им*. «...существует печать, продвигающая идеологические и политические интересы ее издателей, целью которых является не только ориентировать читателя и подвергать сатурации его коммуникативные требования, но и оказывать влияние на его поведение.»¹¹ Часто встречается поляризация «*добро – зло*», особенно в конфликтных ситуациях, например в оппозиции «*гражданин – иммигрант*», или «*русские – украинцы*» на примере газового кризиса 2009-ого года и т. п. Приводим несколько примеров из словацкой и иностранной прессы времен газового кризиса:

*«Русская сторона утверждает, что проблема имеет свои корни на Украине, затрудняющей транзит.»*¹²

*«Россия и Украина вне зависимости друг от друга пришли к одному и тому же выводу: вину надо искать в другом месте. Россия – не виновата, сказал премьер-министр Путин. Это не мы, кто прекратил подачу газа. Мы даже продолжали его поставки и после того, как украинцы закрыли все газовые трубы.»*¹³

*«Страны средней и восточной Европы сильно затронуты прекращением подачи газа от 7-ого января, за которое отвечает Москва, обвиняя Киев и окрадывая Европу от им предназначенного газа.»*¹⁴

¹⁰ Bell, A., Garrett, P.: Approaches to Media Discourse. Blackwell Publishing, Oxford 1998, s. 2.

¹¹ Plichtová, J.: Metódy sociálnej psychológie zblízka, Kvalitatívne a kvantitatívne skúmanie sociálnych reprezentácií. Vydavateľstvo Média, Bratislava 2002, s. 110.

¹² Ukrajina plynovému summitu nedôveruje, SME, 16. 1. 2009.

¹³ Surgoš, M.: Studená vojna. Ежедневник «Pravda», 10. 1. 2009, s. 17.

¹⁴ Le Monde, 17. 1. 2009, s. 12

Несколько основных стереотипов о России и русских

«На данный момент, Россия толкует все происходящее вокруг нее как одно из многих доказательств западного окружения.»¹⁵

После прочтения отрывков можно отметить четкость поляризации «добро – зло» и мнения авторов, согласно которым Россия оправдывает свои действия и принимает позицию «мы вне конфликта» в результате чего они приходят к выводу, что *плохие* - это *они, другие* и Запад противостоит *нам, хорошим, Русским*.

...*всегда лучше показать на внешнего врага и объединить народ против него. Что касается России, это всегда действовало безупречно.*»¹⁶

В последнем отрывке автор выражает свое негативное отношение к действиям и подходу России, находит параллель в прошлом опыте и имплицитует повторность такого поведения в русской истории.

Карикатура по данной теме:



«Ничего такого больше не сделаете, ясно?» «Это не мы, а Юлия.» (Журнал «SME», 15-ого января 2009, с. 32)

Анализ медиального дискурса

Для анализа медиального дискурса можно использовать разные теоретические методы в зависимости от предмета дискурса, доступных ресурсов или направления научного исследования. В последние десятилетия эта область все интенсивнее становится центром внимания лингвистов и прочих специалистов. Предметом интереса этой работы являются стереотипы о Русских и о России в медиальном дискурсе Центральной и Западной Европы.

¹⁵ Russia: The ice melts. The Guardian, 29. 1. 2009, s. 26

¹⁶ Gajdamacký, A.: Public relations s plynom. Ежедневник «SME», 7. 1. 2009, s. 27.

Основной задачей предыдущих частей текста является предоставление теоретической основы и краткого описания важнейших для этой работы понятий и событий. Нам следует приступить к конкретной методологии, при помощи которой произойдет анализ выбранных текстов и карикатур. Подбор конкретного методологического процесса был проведен с учетом поставленной для себя цели в рамках практической части работы идентифицировать употребляемые дискурсивные стратегии и стереотипы в выбранных текстах, посвященных ключевым событиям в российской политике и общественной жизни с 2007-ого года, точнее парламентским выборам в декабре 2007-ого, президентским выборам в марте 2008-ого года и газовому кризису в 2009-ом году, а также частично наметить их влияние на восприятие событий в Российской Федерации за ее западной границей – в Центральной и Западной Европе.

В этой работе мы пытаемся формулировать ответы на задаваемые себе вопросы: Какую интерпретацию вышеназванных событий предоставляют СМИ обществу во выбранных странах Центральной и Западной Европы? В каких контекстах они ее подают и какие средства и стереотипы при этом используются?

При анализе мы будем исходить из комбинации методологических подходов разных авторов и разных общественно-научных дисциплин. Для уточнения конкретных методов анализа приводим два общих типа определений анализа дискурса, которые можно применить в предмете интереса этой работы.

С точки зрения текстовой лингвистики

Дискурсивный анализ, о котором иногда отзываются как о текстовой лингвистике, направлен на интерпретацию макро- и микротекстовых структур, изучает отдельные уровни языка, участвующие в композиции текста и образующие текстовые единицы с их взаимосвязями (например когезия и когеренция).¹⁷ Если категория *дискурса* является лингвосоциальным феноменом, то *текст* лингвистическим. Г. Кук в монографии по теме рекламы и дискурса считает дискурс взаимосвязью и взаимодействием между *текстом* и *контекстом*. Другими словами, контекст является более широким понятием и включает в себя лингвистические, экстралингвистические и прагматические параметры такие, как носитель текста, параязык, обстановка, или функция.¹⁸

¹⁷ Černý, J.: Dějiny lingvistiky. Votobia, Olomouc 1996, s. 375.

¹⁸ Шейгал, Е.: Семиотика политического дискурса. Гнозис, Москва 2004, с. 11.

Несколько основных стереотипов о России и русских

«Суть критического дискурс-анализа – связь между текстами и обществом, или же культурой, опосредствованная дискурсной практикой.»¹⁹ Главная задача такого анализа имеет социополитический характер, раскрывает и подтверждает неравенство отношений, обуславливает способы выражения в данном обществе.

С точки зрения медиалингвистики

Метод дискурс-анализа с точки зрения медиалингвистики занимается способом возникновения, распространения и декодирования текстов, относительно их целей. Необходимо осознавать их функции, и намерения автора, т. е. если при помощи употребляемых в тексте средств он хочет проинформировать читателя, повлиять на него другим, более важным способом, вызывать у читателя определенные чувства, или потребность формировать собственное мнение о данном событии, именно под влиянием прочитанного и способа представления текста.

С помощью СМИ народ стает свидетелем, наблюдателем политических событий. Иногда под давлением СМИ даже происходят ситуации, когда интерпретация событий приобретает более важное значение, чем само событие. Из того вытекает, что СМИ являются медиатором, посредником между политикой и обществом. В пространстве между политиками и обществом существует дистанция, которую СМИ сокращают, или могут повлечь за собой ее углубление, особенно путем подчеркивания власти политиков.

Некоторые типы медиальных текстов, прежде всего тех, которые предназначены для широкой общественной массы, состоят преимущественно из устойчивых языковых единиц, периодически повторяющихся в западной системе образования текстов. *Клишированность* таких текстов на уровне языка еще усиливает организацию их тематической структуры.²⁰ К наиболее распространенным словосочетаниям в данном контексте и в изучаемых нами текстах относятся слова, такие, как например, *демократические выборы, открытое избрание, голосование*, и т.п.

Считаем необходимым отметить важность взаимосвязей между языком и образом мышления на уровне культурных сообществ, являющуюся не новой в контексте европейского пространства и мышления. Структура языков оказывает влияние не только на образ реальной действительности, фор-

¹⁹ Bell, A., Garrett, P.: Approaches to Media Discourse. Blackwell Publishing, Oxford 1998, s. 144.

²⁰ Добросклонская, Т. Г.: Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. Издательство Флинта и Наука, Москва 2008, с. 124.

мируемый обществом, но и на его менталитет.²¹ По этой причине, а также в соответствии с соблюдением критериев компаративности, в этой работе мы занимаемся текстами из журналов, выпускаемых в Словакии, Великобритании и Франции.

Мир политики, его знаки, политический и медиальный дискурс

Знаки политического дискурса и его семантика отражают реальность мира политики, которую отдельные лингвокультурные сообщества объясняют разнообразно. Результатом интерпретации внеязыковой действительности является ее категоризация. Неоднородный характер знаков политического дискурса варьируется от вербального (слова, устойчивые словосочетания), через невербальный (флаги, бусты, эмблемы, или символические личности – сами политики) к смешанному (гимны и гербы).

Если учесть знаковую сущность политика, то она проявляется в следующих аспектах:

- Политик как представитель группы. С этой функцией связана персонализация политических партий и движений (Путин – Единая Россия, Жириновский – правая Либерально-демократическая партия). В качестве представителя политической группы политик одновременно и становится символом определенных политических взглядов, концепций и направлений (Горбачев – перестройка, Гайдар – реформы рынка).
- Политик как представитель роли (Путин – кукловод, Медведев – марионетка). Именно в политической журналистике часто встречается интерпретация такого ролевого образа.
- Политик как носитель определенной политической функции – диктатор, деспот, опытный хозяйственник, и т. п.
- Политик как воплощение психологического архетипа – психологи и психоаналитики подчеркивают значимость подсознания в восприятии имиджа массами (жестокий отчим, строгий отец, старший брат).

Среди поведенческих знаков политического дискурса выделяются ритуальные действия или события. Ритуальные политические события представляют собой действия церемониального характера, например инаугурация, парад, праздничная демонстрация и другие. Под ритуальностью понимается отсутствие элемента новизны, предсказуемость и традиционность. Действия неритуального характера определенным образом организованы в пространстве и времени и служат средством выражения протеста против политических действий.

²¹ Plichtová, J.: *Metódy sociálnej psychológie zblízka*, Kvalitatívne a kvantitatívne skúmanie sociálnych reprezentácií. Vydavateľstvo Média, Bratislava 2002, s. 51.

Несколько основных стереотипов о России и русских

М. Едельман употребляет термин **маркированность** используемых знаков и распределяет их на **референтные знаки** (referential symbols) и **знаки-конденсаты** (condensation symbols). *Референтные знаки* строго денотативны, эмоционально нейтральны, они являются экономным способом отношения к предметам и ситуациям объективной действительности. *Знаки-конденсаты* вызывают сильную аффективную реакцию, которая ассоциируется с обозначаемой реалией (social progress, freedom fighters, independence, repression).²² Необходимо подчеркнуть, что грань, разделяющая эти два типа знаков, не является жестко фиксированной, и знак может переходить из одного разряда в другой. Например, термины *заседание*, *государство*, или *выборы* могут приобрести шлейф образных, оценочных, эмотивных коннотаций и перенесенных значений. В демократическом обществе большинство его членов – сторонники *демократии*, ценят *свободу* и испытывают отвращение к *насилию*. При этом оказывается, что за этими терминами для разных людей стоят разные вещи. Там, где один видит *насилие*, другой может воспринимать *свободу выражения*; то что для одного представляет *проявление социального контроля*, другой считает *насилием* и *нарушением демократических прав*. Такие политические коннотации носят групповой характер, они основаны на **групповых ценностях** и **стереотипах**.²³

Т. М. Бережная в своем исследовании языка как средства пропаганды использует термин «нагруженный язык»²⁴ для обозначения языковых средств, обладающих наличием широкого спектра конденсированных смысловых, ассоциативных и идейно-политических коннотаций. Такие выражения упрощают и искажают образ реальной действительности, что может, в конечном счете, привести к политическим разногласиям между определенными социальными группами. Следует иметь в виду, что такой нагруженный язык однозначно является одним из основных элементов и средств выражения действительности в текстах, изучаемых в этой работе.

Целью нашей работы является не подробный лингвистический анализ выбранных текстов. Нашим стремлением будет интеграция конкретных элементов с более широким политическо-общественным контекстом, к которому данные тексты и образы относятся, наряду с их эвентуальными замыслами и мотивацией. Конкретные единицы мы собираемся анализировать на уровне используемых знаков и стереотипов. Наша работа ориентирована, прежде всего, на раскрытие значений и символов, способствующих углублению

²² Шейгал, Е.: Семиотика политического дискурса. Гнозис, Москва 2004, с. 105.

²³ Шейгал, Е.: Семиотика политического дискурса. Гнозис, Москва 2004, с. 106.

²⁴ Бережная, Т. М.: Президентская риторика в системе пропагандистского манипулирования с общественным сознанием. Издательство Московского университета, Москва 1988.

продвинутой интерпретации, целью которых является образование конкретных образов в мышлении общества.

Эта работа основывается на исследовании словацкой, английской и французской печати, выпускаемой в выбранных периодах, а именно во время русских парламентских выборов в декабре 2007-ого года, русских президентских выборов в марте 2008-ого года и газового кризиса в 2009-ом году. После собрания статей (в объеме 42) и карикатур был проведен их анализ по отношению к использованию стереотипов о Русских и о России в соответствии с описанием данных событий.

В плане подбора изучаемых текстов, мы рассмотрели журналы в трех странах – два словацких журнала – «*Pravda*» и «*SME*», английский «*The Guardian*» и французский «*Le Monde*».

Журнал «*Pravda*» в конце 2006-ого г. представлял собой третий наиболее читаемый журнал в Словацкой Республике, подтверждающий свое доминантное место на рынке. В 70-ых гг. этот периодический ежедневник принадлежал к наиболее продаваемым среди журналов, формирующих общественное мнение. В начале 90-ых гг. XX века его относили к левому политическому крылу т. к. большую часть своей активной деятельности, он действовал в качестве печатного органа Коммунистической партии Словакии. Хотя после 1989-ого г. журнал перестал выполнять эту функцию, он продолжил демонстрировать свое приверженство левой политической ориентации. Журнал подвергся многочисленной критике из-за связей с прекратившей свое существование «Партией демократической левой стороны».

Предшественником журнала «*SME*» являлась «*Smena*», которая была ориентирована на молодых читателей. Наряду с журналами «*Pravda*» и «*Práca*», она представляла собой ежедневник с самым большим тиражом – 120 тысяч экземпляров ежедневно в 80-ых гг. и в 1992 г. тираж был на уровне 115 тысяч. Журнал «*SME*» возник в половине января 1993 г. Его рождение имело прямую связь с политически мотивированным вмешательством тогдашнего правительства, снявшего с должности главного редактора и директора журнала «*Smena*». Почти за две недели после этого толчка возник в рекордно короткий срок журнал «*SME*», выпускаемый 6 раз в неделю в объеме 28–48 страниц, с нерегулярными специализированными приложениями с объявлениями. Ежедневник подает профессиональную информацию о ситуации в Словакии и за ее границей.

Английский «*The Guardian*» (вместе с еженедельником «*The Observer*») является традиционным представителем либеральной Великобритании. В январе 2011 г. его тираж достиг 279 308 экземпляров. Ежедневник «*The Guardian*» относится к серьезным британским журналам, до последнего времени называемым «*broadsheet*» в соответствии с его большим размером. После уменьшения формата на так называемый «берлинский» двумя извест-

Несколько основных стереотипов о России и русских

ными британскими ежедневниками, и «The Guardian» приступил к такому изменению. Это самый популярный британский ежедневник, выпускаемый в уменьшенном размере за границей Великобритании. Формат меньше первоначального, но одновременно больше размера бульварных листков (tabloids). Для примера, этот формат в Словакии использует журнал «Sme».

«*Le Monde*» является авторитетным центральным или центрально-левым французским журналом, наиболее доступным в нефранкофонных странах. Издается ежедневно кроме воскресенья. Это вечерняя газета, выпускаемая с 1944 г., когда была основана создателем Убер Бев-Мери. В январе 2011 г. ее ежедневный тираж представлял около 291 тысяч экземпляров. Известный французский политический карикатурист «Планту» является сотрудником этого ежедневника.

Национальные стереотипы

«Толстой со слезами на глазах расхваливает рассказ Чехова: тот краснеет, молчит, протирает пенсне и, наконец, говорит: «Там опечатки.»»²⁵

Ежедневно встречаются ситуации и случаи, в которых поведение не только жителей России, но любой страны, считаем если уж не неправильным, то по меньшей мере воспринимаем его как нечто чужее нашей культуре и тому, к чему мы привыкли. Надо полагать, что именно по этой причине нам с первого взгляда англичане кажутся людьми сдержанными и невозмутимыми, немцы – аккуратными, японцы – трудолюбивыми, шотландцы – экономными и т. д. Возникновение национальных знаков, символов и стереотипов связано с историей данного народа и образом его жизни.

Цитата в начале этой части работы представляет одно из свойств русских – скромность. Следует отметить, что в культурном пространстве, частью которого являемся и мы – словаки, это свойство считается достоинством или преимуществом, но с точки зрения других народов и культур оно не может считаться ничем иным, кроме как показателем низкой самооценки.

Клановая система в русском обществе

К концу советского режима, еще в 70-ые годы 20-ого века возникла система кланового общества в разных сферах жизни русских, что было особенно заметно в культурной и политической среде. В любой клан можно прокинуть только через *своих*, причем эта тенденция закрепилась в традиции общества. На случаях и событиях, изучаемых в этой работе можно увидеть, что иногда это доходит до абсурдности. Здесь тоже можно отметить оппо-

²⁵ Белянко, О. Е., Трушина, Л. Б.: Русские с первого взгляда. Что принято и что не принято у русских. Издательство Русский язык и Курсы 1994, с. 12

зицию мы – они, мы – чужие. Приводим несколько примеров из печати из периода президентских выборов в России:

«Почему избирательная комиссия не дала бывшему премьер-министру Михаилу Касьянову разрешение выступить кандидатом? И в случае, если бы он принял участие на выборах, не получил бы больше одного процента голосов, но Кремль не хочет идти ни на какой риск. Несмотря на то, что он бы не получил значительное количество голосов, но он является откровенным критиком Кремля и его участие в выборах позволило бы ему критиковать Путина публично. Контролировать все, что и намеком могло бы привести к коллизии – это древний КГБ инстинкт. Это не рационально, это происходит на уровне инстинкта.»²⁶

«Конституция не позволила Путину претендовать на Кремль в третий раз подряд, но он пока не считает свою задачу – приподнятия России с колен на ноги восстановленной могучей империи – завершённой. Он предварительно распланировал свою работу вплоть до 2020-ого года. Его ощущение незаменимости вполне не обосновано. Система управляемой демократии, которую он пытался совершенствовать в течение восьми лет, не оставила никакого пространства для жизнеспособной оппозиции. Поэтому возможности свободной борьбы за Кремль не было. Народу был предоставлен царевич из его собственного инкубатора.»²⁷

«Не исключается, что внутри Кремля вспыхнет борьба за влияние между двумя политическими кланами. С одной стороны – «Либералы» в лице Медведева, с другой стороны – представители сил безопасности, силовики, влияние которых чрезвычайно увеличилось после прихода к власти бывшего агента КГБ.»²⁸

Стереотипы, связанные с русским фольклором

Следующий интересный пример можно найти в русском фольклоре. Одним из самых известных и популярных персонажей русских сказок является «**Иванушка - дурачок**», вокруг которого постоянно происходят разные чудеса, при помощи которых он добивается успеха. В конце концов всегда выясняется, что наш дурачок совсем не дурак, но у него есть свои причины для того чтобы притворяться невинным и таким образом достичь поставленные себе цели. В разговоре дневника «Le Monde» от времени русских президентских выборов можно найти несколько примеров:

«Это не первый случай в русской истории, когда вождь был выбран из-за его слабости, податливости...»

²⁶ Tóda, M.: Putin si lojalitu svojho nástupcu kúpil, Ежедневник «SME», 1. 3. 2008, s. 9.

²⁷ Drábek, M.: Dvojhlavé Rusko, Ежедневник «Pravda», 3. 3. 2008, s. 12.

²⁸ Medvedeva neohrozí na ceste Kremľa nikto - Opozíciu vyradili. Ежедневник «SME», 1. 3. 2008, s. 9

Несколько основных стереотипов о России и русских

Нет, это повторяющееся явление. В 1964 г. дали власть в руки Брежневу, полагая это только временно и что влияние у него незаметное...Никита Хрущев был выбран, потому что считали его человеком с ограниченной интеллигенцией, но он обманул их. О Сталине в начале думали, что он мужчина без притязаний, но в конце он истребил их. И Путин? Тот стал преемником Ельцина, потому что он выглядел лояльным и легко манипулируемым. Какая ошибка! До такого же может дойти и сегодня.»²⁹

Русские медведи. Это выражение, которое часто используется в западных странах по отношению к России, но не всегда в положительном его значении. Это сравнение намекает, что Россия – большая, негибкая и жестокая страна. Символ иногда используется и самими русскими – например, во время олимпийских игр в Москве – Олимпийский Мишка, который на самом деле являлся контрастом страшного русского медведя. Медведь стал и символом самой большой политической партии в России – *Единая Россия*.

Поэтому можно считать понятным, что это сравнение встречается в статьях, и данный мотив мы находим и в карикатурах во время газового кризиса в январе 2009 г.:

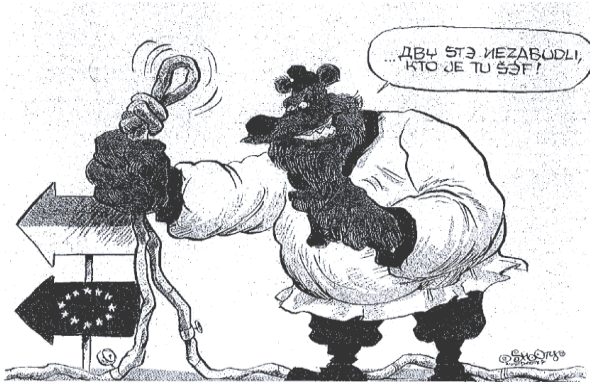
«Киев злоупотребляет своим положением стратегического энергетического транспортного коридора между ЕС и Россией, а также распространяет опасения относительно расширения влияния восточного медведя и сознательно затягивает ЕС в конфликт.»³⁰



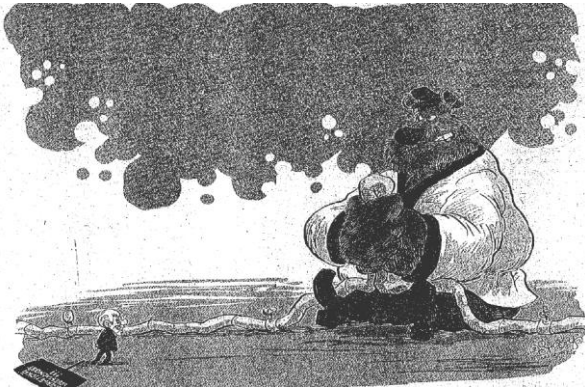
«Радар? Украина в ЕС? В НАТО? Независимая Грузия? Щелк, шелк..»
(«Pravda», 9-ого января 2009, с. 15)

²⁹ Jégo, M.: интервью с Лилией Шевцовой. Le Monde, 3. 3. 2008, s. 14.

³⁰ Geist, R.: Plynová vojna –výzva na spoločný postup EÚ. Pravda, 9. 1. 2009 s. 15.



«...чтобы не забыть, кто тут шеф!» («SME», 8-ого января 2009 г.)



«SME», 7-ого января 2009 г., с. 28

Отношение Русских к власти

Для русского архетипа характерен страх перед государством на генетическом уровне, добровольное подчинение ему.³¹ Это высказывание имеет свои корни в прошлом. Среди русских всегда жило очень много иноземцев, и именно государственная власть обеспечивала сохранение единства и целостности такой огромной страны. Возможно, что именно по этой причине имеется ощущение, что для них более важной является государственная, нежели национальная идея.

³¹Сергеева, А. В.: Русские стереотипы поведения, традиции, ментальность. Издательство Флинта и Наука, Москва 2007, с. 162.

Несколько основных стереотипов о России и русских

Среди стереотипов о русских, перечисленных в публикации «Stereotypy a kultura» польского автора Збигнев Бокшански (Zbigniew Boksański) следует привести один, который говорит, что русские *привыкли к недостатку свободы*.³² Параллель с упомянутым высказыванием находим в следующем отрывке, указывающем, и до некоторой степени, объясняющем вышеназванную подчиненность:

*«Большинство русских готовы отказаться от политической свободы в пользу ежедневных свобод, возможности путешествовать, хорошо проводить время. По результатам исследования центра Левада, 53 % опрошенных русских предпочитает выбирать кого-либо, кто способен обеспечить для них порядок, а не демократические свободы, 46 % готовы голосовать за политическое образование, которое обеспечит настоящие направления. Так и будет. При помощи соглашения между Путиным, 55 и Медведевым, 42, которые собираются работать тандемом, причем современный президент станет премьер-министром. Аналитики говорят, что для России это обычное дело.»*³³

*«Когда в марте 2000 г. Путин начал свой первый президентский срок во главе России, страна была экономически ослабленной... на восемь лет позже русское общество становится свидетелем утраты доходов, но где теперь свобода?»*³⁴

*„Это спектакль, который бы жители европейских стран еле выдержали. По всей видимости, сами русские без возражений поглощают его. Они совсем не интересуются тем, что о данном вопросе думают украинцы, как они оправдывают свои действия и т.п. Русская публика как будто априори уверена в том, что ее вожди - несомненно правы.»*³⁵

Если говорить о власти в связи со страной таких размеров, мы воспринимаем ее естественно, как факт, неразрывно связанный с этим контекстом. Если такая власть находится в руках конкретного лица, возглавляющего народ, мы представляем себе серьезность ситуации, но только в моменте, когда такая действительность явно выражена, мы осознаем ее конкретную меру:

«Владимир Путин получил от своих избирателей в подарок третий срок полномочий. Ему подарили то, что он бы иначе должен был забрать сам. Надо было бы только переписать конституцию, отрицающую возмож-

³² Boksański, Z.: Stereotypy a kultura. Monografie fundacji na rzecz nauki Polskiej, Wrocław 2001, s. 114–115.

³³ Jégo, M.: Dmitri Medvedev, un président dans l'ombre de Poutine pour la Russie. 3. 3. 2008, s. 4.

³⁴ Jégo, M.: Dmitri Medvedev, un président dans l'ombre de Poutine pour la Russie. 3. 3. 2008, s. 4.

³⁵ Gajdamacký, A.: Public relations s plynom. SME, 7. 1. 2009, s. 27.

ность третьего мандата подряд... но его хороший вкус подсказал ему, что лучшим вариантом было сохранение видимости демократии. В парламентских выборах, которые все воспринимают как референдум о Путине, русские отдали главе страны бланковый чек. Теперь он может заполнить его в соответствии с тем, если ему захочется править страной из кресла президента, или премьер-министра.»³⁶

Автор текста иронически передает информацию о том, что несмотря на мнение данного общества решение делает тот, кто держит в руках все рычаги власти.

Учитывая международные отношения России, этот феномен можно наблюдать и в следующих отрывках:

„В ходе поездки в Литву в 2006-ом году Дик Чейни сказал, что Россия использует свои энергетические ресурсы в качестве инструментов запугивания и шантажа. Кондолиза Райс одобряет скорее бережное, но долгосрочное сближение.»³⁷

«Обстановка повторяется и, по мнению украинских политологов, Москва таким образом наказывает Киев за его стремления отвязаться от зависимости от России, и за его поддержку Грузии во время августовской войны за сепаратистский регион Южная Осетия.»³⁸

Заключение о русской душе

В связи с практической частью этой работы, которую мы начали цитатой, ссылающейся на одну из стереотипизированных характеристик русских, в заключение следует привести отрывок из статьи журнала «Le Monde» периода газового кризиса в 2009-ом году:

*«Киев был обвинен в краже газа. Этой причины для закрытия газовых кранов – недостаточно. Конечно, мотивы русского гиганта, пытающегося продвинуть рыночные цены на газ, вполне понятны, но применяемые для этого методы напоминают большие военные тактики, нежели коммерческие. Русский поэт Федор Тютчев сказал: **Умом Россию не понять**. Газовая война между Россией и Украиной является доказательством этого высказывания.»³⁹*

Эта известная цитата представляет для определенной группы людей одно из характерных свойств русских и их менталитета и подчеркивает иррациональность их поведения, для другой группы она является более мифом, чем реальной действительностью. Она представляет собой элемент образа

³⁶ Drábek, M.: Koruna Vladimira III. Pravda, 3. 12. 2007, s. 12.

³⁷ Smolar, P., Le Monde, 3. 3. 2008, s. 4.

³⁸ Krajanová, D., Procházková, P.: Rusi vyhlásili Ukrajině novú plynovú vojnu. SME, 2. 1. 2009, s. 11.

³⁹ Jégo, M.: Crise du gaz : quelles séquelles? Le Monde, 22. 1. 2009, s. 2.

Несколько основных стереотипов о России и русских

загадочной русской души, имеющий в литературе скорее романтический характер, который в данном контексте наоборот иронизируется. Слово «душа» в русском языке используется во многих пословицах и поговорках, и в истории можно найти доказательства о богатой духовной жизни русских, которой они прилагают большое значение.

В этой работе мы изучаем события, возбуждающие в словацкой, английской и французской прессе отрицательные реакции и коннотации. В результате этого и большинство стереотипов, появившихся в рассматриваемых статьях формируют негативный образ об этом народе. Так как Словакия являлась составной частью *Восточного Блока*, мы с Россией связаны своим прошлым и как народ мы развивались под сильным влиянием этой страны. Именно по этой причине упомянутые события ощущаются с более отрицательной оценкой по сравнению со странами Западной Европы, история которых сложилась в относительно другой обстановке, что оказало влияние и на их отношение к России. Воспоминания из прошлых лет еще надолго останутся в памяти авторов, принадлежавших тому поколению и переживших тот период.

С другой стороны, восприятие этого периода современным поколением молодых людей является, прежде всего, опосредованным, что делает нас не только свидетелями опосредованного, но и происходящего в настоящем. На основе того, каким образом информация предоставляется нам (не только) через СМИ, мы воспринимаем стереотипы, которые оказывают на нас влияние. Или мы оказываем влияние на восприятие стереотипов?

Использованная литература:

- Байбурина А. К.: Этнические стереотипы поведения. Издательство Наука, Ленинград 1985.
- Белянко, О. Е., Трушина, Л. Б.: Русские с первого взгляда. Что принято и что не принято у русских. Издательство Русский язык и Курсы 1994.
- Bell, A., Garrett, P.: Approaches to Media Discourse. Blackwell Publishing, Oxford 1998.
- Байбурина А. К.: Этнические стереотипы поведения. Издательство Наука, Ленинград 1985.
- Bokszanski, Z.: Stereotypy a kultura. Monografie fundacji na rzecz nauki Polskiej, Wroclaw 2001.
- Černý, J.: Dějiny lingvistiky. Votobia, Olomouc 1996.
- Добросклонская, Т. Г.: Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. Издательство Флинта и Наука, Москва 2008.
- Krekovičová, E.: Mentálne obrazy, stereotypy a mýty vo folklóre a politike. Ústav etnológie SAV, Bratislava 2005.

Вероника КНАПЦОВА

McCarthy, C., Yzerbyt, V., Spears, R.: Stereotypes and explanations. Cambridge University Press, Cambridge 2002.

Plichtová, J.: Metódy sociálnej psychológie zblízka, Kvalitatívne a kvantitatívne skúmanie sociálnych reprezentácií. Média, Bratislava 2002.

Сергеева, А. В.: Русские стереотипы поведения, традиции, ментальность. Издательство Флинта и Наука, Москва 2007.

Шейгал, Е.: Семиотика политического дискурса. Гнозис, Москва 2004.

Цитируемые журналы:

«The Guardian», март 2008г., январь 2009г.

«Le Monde», март 2008г., январь 2009г.

«Pravda», декабрь 2007г., март 2008г., январь 2009г.

«SME», март 2008г., январь 2009г.

Вероника КНАПЦОВА