

Научная статья  
<https://doi.org/10.23672/SAE.2024.4.4.036>  
УДК 316.77



## ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИЙНОГО ОБРАЗА СТРАНЫ В СМИ

Чунихина Т.Н., Круглик Н.В.

Кубанский государственный технологический университет

**Аннотация.** Актуальность. Рассматриваются особенности процесса формирования образа страны посредством инструментов СМИ, которые отражают и формируют мнения, установки и поведение людей, то есть используются как инструмент для достижения различных целей, включая укрепление национального единства, достижение социального прогресса или, наоборот, для манипулирования общественным сознанием. Текущая международная политика оказывает существенное влияние на образ России в зарубежных СМИ. Цель и задачи работы состояли в выявлении ключевых аспектов образа России, формируемых зарубежными СМИ (на примере американских и британских СМИ). Представлены результаты, проведено социологическое исследование содержания статей, охватывающих различные аспекты отношения к России. Полученные данные позволили сделать вывод о том, что образ России в этих медиа преимущественно носит отрицательный характер. Основное внимание уделяется внешней политике, военным конфликтам и экономическим трудностям, что отражает восприятие России как страны, вызывающей беспокойство и опасения на международной арене.

**Ключевые слова:** образ страны, средства массовой информации, общественное мнение, стереотипы, фрейминг, социальные сети, международные отношения, инвентивная журналистика.

## THE MEDIA IMAGE OF THE COUNTRY IN FOREIGN MEDIA

Tatyana N. Chunikhina, Natalia V. Kruglik

Kuban State University of Technology

**Abstract.** Relevance. The features of the process of forming the image of a country through media tools that reflect and shape the opinions, attitudes and behavior of people are considered, that is, they are used as a tool to achieve various goals, including strengthening national unity, achieving social progress, or, conversely, to manipulate public consciousness. Current international politics has a significant impact on the image of Russia in foreign media. The purpose and objectives of the work were to identify key aspects of the image of Russia formed by foreign media (using the example of American and British media). The results are presented and a sociological study of the content of articles covering various aspects of attitudes towards Russia has been conducted. The data obtained allowed us to conclude that the image of Russia in these media is predominantly negative. The focus is on foreign policy, military conflicts and economic difficulties, which reflects the perception of Russia as a country of concern and fear in the international arena.

**Keywords:** image of the country, media, public opinion, stereotypes, framing, social networks, international relations, investment journalism

**Введение.** В современном мире, пронизанном информационными потоками и глобальными коммуникациями, медиа стали мощным инструментом формирования общественного мнения, восприятия других стран и даже воздействия на международные отношения. Именно в этом контексте становится крайне актуальным исследование образа России в зеркале зарубежных СМИ. По сути, информационное пространство стало ареной, где государства соревнуются за формирование и поддержание своего имиджа.

Все страны, включая Россию, стремятся активно продвигать свои интересы и ценности через медийные платформы. Это создает сильную конкуренцию, где важную роль играют стереотипы, образы и перспективы, создаваемые медиа.

СМИ не только отражают, но и могут формировать политические, социальные и культурные представления, влияя на мнения, установки и поведение общества. Они могут использоваться как инструмент для достижения различных целей, включая укрепление национального

единства, способствование социальному прогрессу или, наоборот, для манипулирования общественным мнением и даже для ведения информационной войны [1]. Мобилизующая и пропагандистская функции средств общественной информации отмечали и активно использовали еще в начале XX века [2].

СМИ оказывают значительное влияние на общественное мнение, поскольку они могут акцентировать внимание на определенных вопросах, исключая другие. Это влияние распространяется на широкий спектр тем, от политики и экономики до культуры и науки. Через повторение определенных тем и образов СМИ способствуют созданию стереотипов и образцов для подражания.

В международных отношениях СМИ могут способствовать формированию образа других стран и народов. Это часто происходит через линзу национальных интересов, которая может искажать реальность и создавать предвзятое восприятие. Примером такого влияния могут служить медиа изображения в период международных конфликтов, когда СМИ каждой из сторон стремятся представить противника в негативном свете, что может приводить к усилению напряженности и даже к подготовке общественного мнения к возможности военного конфликта.

Государства часто используют СМИ в качестве инструмента для распространения официальной точки зрения и укрепления своего влияния как внутри страны, так и на международной арене. Это может включать как позитивные кампании, такие как пропаганда достижений и успехов страны, так и негативные, например, дискредитацию оппозиционных сил или иностранных правительств.

**Обсуждение.** В эпоху цифровизации и развития социальных сетей влияние СМИ становится еще более значительным. Социальные сети ускоряют и увеличивают масштаб распространения информации, позволяя индивидуальным пользователям становиться источниками новостей и мнений, что нередко приводит к вирусному распространению контента. Это также создает условия для более быстрого и широкого распространения дезинформации и фейковых новостей, что ставит перед обществом и государствами новые вызовы по верификации и оценке достоверности информации.

СМИ также играют важную роль в культурной дипломатии, предоставляя платформу для обмена культурными ценностями и идеями, что способствует взаимопониманию и укреплению

общественного и межгосударственного диалога. Программы обмена, культурные мероприятия и международные кинофестивали, освещаемые СМИ, могут значительно улучшить имидж страны за рубежом и способствовать установлению мира и дружбы между народами [3].

СМИ также влияют на международное экономическое восприятие, распространяя информацию о глобальных экономических тенденциях, рыночных данных и финансовых новостях. Это воздействие может влиять на инвестиционные решения, валютные курсы и даже на стабильность экономик. Образовательная функция СМИ не менее важна. Они предоставляют материалы, которые могут просвещать аудиторию по различным вопросам, в том числе о международных отношениях, экологии, здравоохранении и многом другом. Таким образом, СМИ не только информируют, но и обучают общественность, формируя основы общественного мнения и знаний.

СМИ играют критическую роль в демократических обществах, освещая политические кампании, дебаты и выборы. Они позволяют избирателям делать информированный выбор, предоставляя различные точки зрения и анализируя политические программы. Однако существует и обратная сторона: манипулирование СМИ может подорвать демократические процессы, вводя избирателей в заблуждение и искажая реальность [4].

Как носители культурных значений, СМИ влияют на формирование и поддержание национальной и культурной идентичности. Они могут как способствовать сохранению культурного наследия, так и способствовать его изменению под влиянием глобализации и международного культурного обмена.

Свобода слова является фундаментальным правом, но во многих странах СМИ сталкиваются с цензурой и ограничениями со стороны государства. Это ограничивает способность СМИ выполнять свою роль в обществе и мешает свободному обмену информацией и идеями.

СМИ могут использоваться для проведения психологических операций и специальных мероприятий, направленных на изменение общественного мнения и поведения в интересах определенных групп или государств. Это может включать распространение пропаганды и проведение дезинформационных кампаний и использование тактик «черного PR» для дискредитации противников.

В контексте устойчивого развития, СМИ становятся катализаторами социальных изменений, распространяя знания и осведомленность о глобальных вызовах, таких как изменение климата, неравенство и бедность. Они способствуют мобилизации общественности и правительств для принятия мер по достижению целей устойчивого развития [5].

Социальные сети, дополняя традиционные СМИ, создают новую экосистему для обмена информацией. Они обеспечивают платформу для гражданского журнализма, позволяют распространять личные истории и привлекать внимание к местным и глобальным проблемам, что влияет на общественное мнение и политические процессы [5].

В современном мире СМИ неизбежно стали одним из самых мощных инструментов воздействия на общественное сознание и международное восприятие. Их роль в формировании мнений, установок и поведения населения, а также их способность влиять на международные отношения, делают их центральным элементом как внутренней, так и внешней политики государств.

Влияние СМИ распространяется на все аспекты жизни – от политики до культуры, от экономики до социальных проблем, делая их мощным фактором социальных изменений. Однако власть и влияние должны подразумевать и ответственность. СМИ должны стремиться к объективности и балансу, поддерживая правдивость и достоверность информации, чтобы служить интересам общества и способствовать здоровому диалогу и критическому мышлению. В эпоху цифровизации и социальных сетей, когда информация распространяется мгновенно и может достигать глобальной аудитории, важность критической оценки источников информации и фактов становится еще более актуальной.

Необходимо также учитывать влияние культурных факторов на выбор и использование медийных инструментов. То, как представлена информация о стране, может отличаться в зависимости от культурных особенностей и ценностей аудитории, а также от общего информационного фона в конкретном регионе.

Один из основных инструментов, используемых в СМИ для формирования образа страны, – это фрейминг, или рамки восприятия. Фрейминг определяет, в каком контексте представлена информация и какие аспекты выделяются как важные. Тесно связанный с этим процесс агенда сеттинга, включает выбор тем и событий

для освещения, что направляет внимание аудитории на определенные вопросы, игнорируя другие [6].

СМИ активно используют символы и метафоры для создания определенного образа страны. Например, Россия может быть изображена как «медведь», что подразумевает силу и непредсказуемость, или как «холодная сибирская тайга», символизируя загадочность и непроходимость. Такие метафоры могут укреплять стереотипы или помогать в более глубоком понимании характеристик страны.

С развитием цифровых технологий и социальных медиа, роль традиционных СМИ в формировании образа страны дополняется новыми платформами. Социальные медиа предоставляют возможность для более широкого распространения информации и мнений, что может как усиливать, так и ослаблять определенные образы, созданные традиционными СМИ.

Пропаганда и информационные войны также являются важными аспектами медийного представления стран. В современном мире, где информация часто используется как инструмент влияния, СМИ могут участвовать в формировании образа страны, который способствует определенным политическим или идеологическим целям [6].

СМИ часто прибегают к мнениям экспертов и аналитическим статьям для формирования более глубокого и обоснованного образа страны. Эти материалы могут включать комментарии от политологов, экономистов, историков и других специалистов, что позволяет представить более широкий контекст и множество перспектив по отношению к стране. В случае России экспертные мнения могут освещать такие аспекты, как внутренняя политика, международные отношения, экономические стратегии и культурные особенности.

Инvestigативная журналистика играет важную роль в раскрытии скрытых аспектов действий страны, в том числе России. Журналистские расследования могут выявлять неизвестные факты, коррупционные схемы или внутренние проблемы, что влияет на общественное мнение и образ страны. Работа инvestigативных журналистов может привести к значительным политическим изменениям и пересмотру международных отношений.

Визуальные средства, такие как фотографии, видео и инфографика, также играют ключевую роль в формировании образа страны. Визуальный контент может вызывать более сильные

эмоциональные реакции и быть более запоминающимся, чем текстовые материалы. Изображения лидеров страны, значимых событий или повседневной жизни населения могут значительно влиять на восприятие страны за рубежом [7].

Персонализация новостей – это прием, при котором внимание сосредотачивается на отдельных личностях, представляющих страну. В случае России это могут быть политические лидеры, культурные деятели, спортсмены и другие известные личности. Такой подход может как укрепить, так и ослабить образ страны в зависимости от того, как эти личности воспринимаются за рубежом.

Можно сделать вывод о том, что СМИ используют многоуровневый подход для создания и трансляции образа страны. Этот подход включает в себя использование различных журналистских и редакционных техник, таких как фрейминг, агендасеттинг, применение символов и метафор, а также опору на экспертные мнения и инвентивную журналистику.

С развитием цифровых технологий и социальных медиа, роль традиционных СМИ в формировании образа стран дополняется новыми каналами коммуникации. Это вносит дополнительную динамику в процесс распространения информации и позволяет аудитории активно участвовать в дискуссиях и формировании общественного мнения.

Образ России в зарубежных СМИ – это результат не только объективной журналистики, но и культурных, исторических, политических и социальных факторов, присущих каждой стране. Исторический контекст играет ключевую роль в формировании образа России в зарубежных СМИ. Понимание исторического фона помогает раскрыть, почему определенные аспекты российской политики и общественной жизни представлены в СМИ именно таким образом.

Следует отметить, что образ России в мировых СМИ не только отражает текущее положение дел, но и влияет на него. Негативные стереотипы и агрессивное восприятие России в мировом информационном пространстве могут воздействовать на политические и экономические отношения, внешний облик страны и даже на решения, принимаемые на международной арене. Таким образом, исследование образа России в зарубежных СМИ имеет прямое отношение к ее международной репутации и безопасности.

Особенно актуальным этот вопрос становится в условиях ускоренных геополитических

изменений, непрерывных информационных кризисов и культурных контекстов. Каждый новый конфликт или событие, связанное с Россией, становится поводом для обновления и корректировки образа страны в иностранных СМИ. Это создает сложные вызовы и возможности для управления медийным имиджем России и сближения точек зрения в мировом масштабе.

Например, в европейских СМИ исторический контекст России часто ассоциируется с её царским прошлым, советским наследием и периодом холодной войны. Эти аспекты истории оказывают влияние на современное представление России как страны с богатым историческим наследием, но и с тяжелым прошлым. Так, например, образ России в контексте её внешней политики может быть окрашен воспоминаниями о советской экспансии и холодной войне, что влияет на восприятие её современных действий [8].

Для американских СМИ Россия часто воспринимается через призму соперничества во времена холодной войны и более поздних политических конфронтаций. Исторические события, такие как Карибский кризис, гонка вооружений и советско-американские противостояния, оставили глубокий след в американском общественном сознании. Это влияет на то, как американские СМИ интерпретируют современные действия России, часто воспринимая их как продолжение давней реальности.

Важно отметить, что исторические события и наследие России не только формируют её образ в СМИ, но и влияют на современные международные отношения. Способ, которым история России воспроизводится в СМИ, может подкреплять определенные стереотипы или, наоборот, способствовать более глубокому пониманию её роли и места в мировой истории.

Текущая международная политика также оказывает существенное влияние на образ России в СМИ. В контексте растущих напряжённостей на международной арене, особенно в отношениях с Западом, Россия часто представляется как страна, противостоящая западным интересам. Это особенно заметно в американских СМИ, где Россия часто описывается как стратегический соперник или даже угроза.

СМИ играют роль конструкторов реальности, выбирая, какие события и аспекты поднимать на повестку дня. Это выбор определяет, какая информация о России становится доступной международной аудитории. В европейских СМИ может преобладать обсуждение России в контексте

сте её влияния на европейскую политику и экономику, тогда как американские СМИ могут сосредоточиться на роли России в глобальной политике и международных конфликтах.

Медийные нарративы способны формировать и изменять общественное мнение. Отрицательная или положительная окраска сообщений влияет на общее восприятие России. Например, акцент на политических конфликтах и военных действиях может создать образ России как агрессора, в то время как освещение культурных событий и научных достижений может способствовать более позитивному восприятию.

С целью выявления ключевых аспектов образа России, формируемых в зарубежных СМИ, в феврале 2024 года было проведено исследование содержания 10 статей из американских и британских СМИ, охватывающих различные аспекты отношения к России. Подбор статей из источников был основан на их актуальности, представительности и разнообразии тематик. Материалы взяты из разных новостных источников за период с января 2023 по январь 2024 года. В качестве единиц счета контент-анализа были выделены термины, понятия и выражения, описывающие такие категории анализа как «Политический образ России», «Военное воздействие и конфликты», «Экономический образ», «Культурное и социальное восприятие», «Отношение к правам человека и демократии».

Политический образ России в анализируемых статьях из американских и британских СМИ часто описывается через призму «агрессивности» и «авторитарности». Россия представляется как активный геополитический игрок, часто в контексте негативных характеристик, таких как нарушение международных норм и агрессивное поведение на международной арене. Это отображение подчеркивает восприятие России как страны, вызывающей опасения и тревоги на международном уровне.

Военное воздействие и конфликты были выделены как ключевые темы в анализе статей, освещающих образ России. Особое внимание уделяется теме «военной угрозы», подчеркивая роль России в создании военной напряженности на международной арене. Вопросы «вмешательства в конфликты», особенно в Украине, также занимают значительное место в медийном дискурсе. Россия представлена как активный участник и даже инициатор международных конфликтов.

Таким образом, военные аспекты и конфликты становятся значимыми элементами в формировании образа России в международных

СМИ, подчеркивая ее активное участие в международных конфликтах и военных действиях.

Экономический образ России в анализируемых статьях американских и британских СМИ часто описывается таким понятием как «экономически слабая», акцентируется внимание на экономических трудностях, с которыми сталкивается страна, а также на «зависимости от нефти и газа», что подчеркивает уязвимость российской экономики. Обсуждается «влияние санкций», которое представляет собой еще один фактор, усиливающий экономические вызовы для России. Эти аспекты в совокупности подчеркивают восприятие России как страны с уязвимой экономикой, испытывающей серьезные трудности в условиях глобальной экономической конкуренции и международных ограничений.

Культурное и социально-политическое восприятие России в американских и британских СМИ характеризуется двояким подходом. С одной стороны, есть упоминания о «культурном наследии» России, где подчеркивается богатство и разнообразие российской культуры и искусства. Эти упоминания часто несут положительный оттенок, выделяя вклад России в мировую культуру. Но, с другой стороны, во многих статьях преобладают обсуждения вопросов, связанных с «ограничением свобод» и «правами человека», поднимаются вопросы свободы слова, политических репрессий и общего состояния прав человека в России. Эти темы обычно рассматриваются в критическом ключе, подчеркивая проблематику в области гражданских свобод и демократических стандартов.

**Результаты.** Несмотря на то, что культурное наследие России часто отмечается положительно, социальное и политическое восприятие страны в значительной степени склоняется к критике, освещая вызовы в области прав человека и демократии. Отношение к правам человека и демократии является значимой темой в статьях американских и британских СМИ, освещающих образ России. В частности, вопросы «ограничения свободы слова» и «политических репрессий» часто поднимаются в медийных материалах. Такой подход подчеркивает восприятие России как государства, в котором права человека и демократические стандарты находятся под угрозой или систематически нарушаются.

Контент-анализ статей из американских и британских СМИ позволяет сделать вывод о том, что образ России в этих медиа преимущественно носит отрицательный характер. Основное внимание уделяется внешней политике, военным

конфликтам и экономическим трудностям, что отражает восприятие России как страны, вызывающей беспокойство и опасения на международной арене. Эти аспекты обсуждаются в контексте агрессивности, авторитарности, экономической слабости, а также проблем в области прав человека и демократии.

Вместе с тем, в статьях также присутствуют положительные упоминания о России, особенно касающиеся ее культурного наследия и истории. Однако такие упоминания занимают значительно меньшую долю в общем медийном дискурсе. Это подчеркивает, что хотя российская культура и история вызывают уважение и интерес, они часто остаются в тени более актуальных и спорных тем.

**Заключение.** В условиях современного мира, где информационные потоки играют решающую роль в формировании политической агенды, обеспечении безопасности и налаживании международных отношений, исследование образа России в зарубежных СМИ является крайне актуальным и важным направлением научных исследований.

Эта работа направлена на разгадывание медийных пазлов, которые влияют на восприятие России в мировой арене и имеют долгосрочное значение для ее внешней политики и общего исследования образа России в зеркале европейских и американских СМИ, представляет собой актуальное и многогранное направление научных исследований, которое находится в центре внимания мировой академической и практической обществественности.

#### Конфликт интересов

Не указан.

#### Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

#### Conflict of Interest

None declared.

#### Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

#### Литература:

1. Симоненко Д.В. Роль СМИ в современном обществе // *Вестник науки и образования*. 2020. № 18 (96). Часть 1. С. 80-82.
2. Куценко И.Я., Яковлева И.П. Периодическая печать Кубани в системе партийно-государственного контроля // *Вестник Московского государственного открытого университета*. 2004. № 1 (14). С. 108-113.
3. Мурадова А.Г., Таяновский М.В., Сэнсук Д. Влияние интернет-медиа на общественное мнение // *Постсоветские исследования*. 2023. С. 30-41.
4. Романова И.В. Медиаобраз России в мировом информационном пространстве // *Вестник Забайкальского государственного университета*. 2021. С. 90-100.
5. Писаревская Н. С. Информационные войны и СМИ // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2016. С. 65-72.
6. Кулдышева Э.И. Медиаполитика и общественное мнение // *Азимут научных исследований: экономика и управление*. 2019. С. 21-34.
7. Рубцова Е.В., Девдариани Н.В. Социальные сети и международные отношения // *Балтийский гуманитарный журнал*. 2019. С. 17-19.
8. Постерняк К.П., Боева-Омельченко Н.Б. Формирование образа России в британском политическом масс-медиа дискурсе // <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-obraza-kontsept-a-rossii-v-britanskom-politicheskom-mediadiskurse-diahronicheskiy-aspekt> (дата обращения 18.01.2024).

#### References:

1. Simonenko D.V. The role of mass media in modern society // *Bulletin of Science and Education*. 2020. № 18 (96). Part 1. pp. 80-82.
2. Kutsenko I.Ya., Yakovleva I.P. Periodical printing of Kuban in the system of party and state control // *Bulletin of the Moscow State Open University*. 2004. No. 1 (14). pp. 108-113.
3. Muradova A.G., Tayanovsky M.V., Sensuk D. The influence of Internet media on public opinion // *Post-Soviet studies*. 2023. pp. 30-41.

4. Romanova I.V. *Media image of Russia in the global information space* // *Bulletin of the Trans-Baikal State University*. 2021. pp. 90-100.
5. Pisarevskaya N. S. *Information wars and the media* // *Questions of theory and practice of journalism*. 2016. pp. 65-72.
6. Kuldysheva E.I. *Media policy and public opinion* // *Azimut of scientific research: economics and management*. 2019. pp. 21-34.
7. Rubtsova E.V., Devdariani N.V. *Social networks and international relations* // *Baltic Humanitarian Journal*. 2019. pp. 17-19.
8. Posternyak K.P., Boeva-Omelchenko N.B. *The formation of the image of Russia in the British political mass media discourse* // <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-obraza-kontsepta-rossii-vbritanskom-politicheskom-mediadiskurse-diahronicheskiy-aspekt> (accessed 18.01.2024).

**Информация об авторах:**

**Чунихина Татьяна Николаевна**, кандидат политических наук, доцент, заведующий кафедрой социологии, правоведения и работы с персоналом Кубанского государственного технологического университета, E-mail: [tanithbook77@mail.ru](mailto:tanithbook77@mail.ru)

**Круглик Наталья Владимировна**, кандидат культурологии, доцент кафедры социологии, правоведения и работы с персоналом Кубанского государственного технологического университета, E-mail: [kalt666@rambler.ru](mailto:kalt666@rambler.ru)

**Tatyana N. Chumikhina**, Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Sociology, Law and Human Resources at Kuban State Technological University.

**Natalia V. Kruglik**, Candidate of Cultural Studies, Associate Professor of the Department of Sociology, Law and Human Resources at Kuban State Technological University.