

## Конструирование образа Крыма в украинских и европейских медиа

Научный руководитель – Щербинин Алексей Игнатьевич

*Назарова Мария Сергеевна*

*Студент (бакалавр)*

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Философский факультет, Томск, Россия

*E-mail: nazarova.mari1997@mail.ru*

В современном обществе рост влияния средств массовой информации способствует повышению роли искусственно созданных конструкторов, необходимых для облегчения процесса передачи информации. Медийное пространство взяло на себя некоторые функции социальной сферы общества и стало неотъемлемой частью человеческой жизни. В настоящее время познание мира рассматривается через восприятие образов объектов, а не через непосредственное взаимодействие с последними. Соответственно, это относится к различным объектам политического мира, в том числе к регионам.

Именно повсеместная виртуализация обусловила огромное значение имиджа территории, причем не только на национальном уровне, но и на международном. Поэтому позиционирование региона в иностранных СМИ может приобретать все более существенное значение в развитии названного субъекта.

Крым, в свою очередь, является одним из самых упоминаемых регионов в зарубежных СМИ, причем его «популярность» за четыре года не угасла. В зарубежных медиа, в том числе в интернет-ресурсах, время от времени публикуются материалы, связанные со спорной территорией, и в зависимости от позиции государства контент носит ту или иную окраску. Можно говорить о вполне сформировавшемся внешнеполитическом имидже Крыма, поэтому целью данной работы является анализ данного феномена в публикациях украинских и европейских медиа. В качестве «представителей» последних были выбраны немецкие и французские СМИ, так как данные страны являются наиболее сильными игроками Европейского союза. Соответственно, именно их мнение доминирует в формировании позиции всего наднациональной организации. В статье будет представлен сравнительный анализ образа Крыма в СМИ Украины и Европейского союза.

Поскольку сегодня интернет-СМИ наряду с традиционными стали каналами конструирования образов и их трансляции, для анализа были выбраны следующие ресурсы: сайты печатных изданий «Украинская правда» [4], «Факты и комментарии» [5], «Der Spiegel» [6], «Le Monde» [9]; новостные сайты «Корреспондент.net» [2], «Сегодня» [3], «Deutsche Welle» [7], «France24» [8]. Данные ресурсы входят в ТОП-5 самых посещаемых сайтов в своих странах и были отобраны путем случайной выборки. Поиск статей осуществлялся по тегу «Крым» («Crimea») за 2014-2017 годы по релевантности.

Для анализа имиджа региона был выбран метод контент-анализа и предложена схема кодирования:

1. Экономические и хозяйственные характеристики региона
  - 1.1. Экономические санкции: влияние на регион
  - 1.2. Позитивные последствия присоединения к России
  - 1.3. Снижение уровня жизни
  - 1.4. Гуманитарный кризис
2. Политические итоги
  - 2.1. Международные отношения
    - 2.1.1. Наднациональные организации (ООН, ЕС, НАТО) и их отношение

- 2.1.2. Признание референдума нелегитимным
- 2.1.3. Констатация регулярного нарушения прав и свобод человека
- 2.1.4. Вопрос о возвращении полуострова в состав Украины
- 2.2. Внутренняя политика
  - 2.2.1. Военное вмешательство России
  - 2.2.2. Вопрос о легитимности российских выборов после присоединения Крыма
  - 2.2.3. Позиция лидеров страны
  - 2.2.4. Активизация оппозиционных деятелей
- 3. Последствия для социальной сферы
  - 3.1. Социальная нестабильность
  - 3.2. Раскол общества на сторонников и противников присоединения
  - 3.3. «Татарский» вопрос
- 4. Изменение общественного сознания
  - 4.1. Отрицание общего исторического прошлого России и Крыма
  - 4.2. Упоминание о различных ценностях
  - 4.3. Апеллирование к позитивному имиджу Организаций (ООН, ЕС) и Украины и к отрицательному имиджу России - «захватчицы».

После проведения контент-анализа и сравнения результатов можно сделать ряд выводов. В первую очередь, следует сказать о том, что в европейских ресурсах сформировался более полный образ Крыма с его небольшими плюсами и существенными минусами, в отличие от украинских медиа, где тема полуострова чаще всего привязывается напрямую к формированию негативного образа Российской Федерации. Кроме того, можно говорить о фрейме [1] «Крым» в данных ресурсах, однако его содержание будет разным: в Европе - это политическое оправдание экономических санкций, в то время как для Украины - ущемление национального достоинства.

Таким образом, можно сказать, что, несмотря на преимущественно негативную окраску образа Крыма в украинских и европейских медиа, содержательно он наполняется в соответствии с нуждами международных акторов, что лишней раз показывает прямую зависимость между государством и СМИ.

## Источники и литература

- 1) Яноу Д. , ван Хульст М. (Пер. с : Ткачева К. ; Научный ред. перевода: Вахштайн В. ) Фреймы политического: от фрейм-анализа к анализу фреймирования // Социологическое обозрение. 2011. Т. 10, № 1-2. С. 87–113.
- 2) Корреспондент.net: <https://korrespondent.net/>
- 3) Сегодня: <https://www.segodnya.ua/>
- 4) Украинская правда: <https://www.pravda.com.ua/rus/>
- 5) Факты и комментарии: <http://fakty.ua/>
- 6) Der Spiegel: <http://www.spiegel.de/international/>
- 7) Deutsche Welle: <http://www.dw.com/en/top-stories/s-9097>
- 8) France24: <http://www.france24.com/en/>
- 9) Le Monde: <https://mondediplo.com/>