

Н. Дынкин

СИМВОЛИЧЕСКАЯ МЕДИАРЕПРЕЗЕНТАЦИЯ РОССИИ

На уровне символической коммуникации существует семиотический уровень коммуникации – наука о знаках. В рамках которой исследуются социальные символы: текст, образы, ритуалы, обычаи, которые позволяют определить социальные ценности общества. Цель данной работы – выявить символы, применяемые медиарепрезентацию внешней политики России на примере телевизионного канала RT с использованием методов контент-анализа, синтеза и индукции.

В концепции внешней политики России 2023 подчеркивается, что в современном мире «стираются грани между военными и невоенными средствами межгосударственного противоборства», а также выстраиваются антиподы, например, отдельный блок посвящен «международному гуманитарному сотрудничеству», по своей сути, он напоминает публичную дипломатию, но используется во избежание негативных коннотаций, так как именно этот механизм использовался Западом для подрыва государственного строя на Ближнем востоке во время «арабской весны».

Например, в качестве отдельного пункта гуманитарного сотрудничества отмечается защита спортсменов. Телеканал RT en français в ответ на слова мэра Парижа Анны Идальго, что российские и белорусские спортсмены не приветствуются на олимпийских играх, размещают слова пресс-секретаря МИДа Марии Захаровой о русофобии, чтобы создать образ МОК как русофобской организации.

Противодействие националистическим лозунгам, например, *Russia for Russians* 'Россия для русских' путем ссылки на слова Президента Владимира Путина, что в России проживает 190 этнических групп, стоит отметить, что на этническое разнообразие ссылаются и в концепции внешней политики России 2023, а также идет упор на сохранение территориальной целостности. Это означает, что любые националистические лозунги будут противоречить политике правительства.

Если затронуть внутреннюю политику, то отдельно стоит отметить борьбу М. Захаровой с мемами, такими как *Россия – бензоколонка, которая притворяется страной* или *бензоколонка с атомной бомбой*, демонстрируя через статистику, что страной, добывающей больше всего нефти, является США, а не Россия. Развенчание подобных символов носит эпизодический, но не системный характер, к тому же если о подобных мифах приходится говорить на уровне МИДа, то можно говорить об успешности задумки и отсутствии подобного опровергающего мема.

Подводя итог, можно сказать, что Россия продвигает через СМИ идеи, заявленные как цели в концепции внешней политики. При этом ее реализация на уровне конструирования символов проводится не на системном уровне.