

УДК 070  
ББК 76.0

DOI: 10.31862/1819-463X-2024-4-57-63

## РОЛЬ СТЕРЕОТИПОВ В ИНТЕРПРЕТАЦИИ ОБРАЗА РОССИИ В ИНОКУЛЬТУРЕ: ОТ ТРАВЕЛОГОВ ДО СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

К. И. Дагаева

**Аннотация.** В статье приводятся результаты анализа особенностей формирования образа России в зарубежной культуре на основании путевых заметок, травелогов европейских путешественников и дипломатов XVI–XVIII вв. Опираясь на материалы трудов С. Герберштейна, А. Олеария и Ф. Альгаротти, автор выделяет основные стереотипы о России того времени. Данная литература рассматривается как часть обширного культурного явления, позволяющего определить контексты, имевшие принципиальное влияние на формирование этнических стереотипов о нашей стране за рубежом. Автор экстраполирует полученные выводы на предметное поле журналистских исследований, применяя антропологический, социологический и имагологический инструментарий. Таким образом, представляется возможным провести параллели между зарождением в травелогах этнокультурных стереотипов о России, включающих в себя категории «медведь», «холод», «страна контрастов», и современными медиа.

**Ключевые слова:** имагология, образ России, стереотипы, этностереотипы, культурные стереотипы, Альгаротти, Олеарий, Герберштейн, пресса, медиа, травелог.

**Для цитирования:** Дагаева К. И. Роль стереотипов в интерпретации образа России в инокультуре: от травелогов до современных медиа // Наука и школа. 2024. № 4. С. 57–63. DOI: 10.31862/1819-463X-2024-4-57-63.

© Дагаева К. И., 2024



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License  
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

STEREOTYPES ABOUT RUSSIA IN FOREIGN CULTURE:  
FROM THE FIRST TRAVELOGUES TO MODERN MEDIA

K. I. Dagaeva

**Abstract.** *The article presents the results of an analysis of the peculiarities of the image of Russia formation in foreign culture on the basis of travel accounts, travelogues by European travelers and diplomats of the 16<sup>th</sup>-18<sup>th</sup> centuries. Based on materials from the works of S. Herberstein, A. Olearius and F. Algarotti, the author identifies the main stereotypes about Russia at that time. This literature is considered to be a part of a broad cultural phenomenon that allows us to identify contexts that had a fundamental influence on the formation of ethnic stereotypes about our country abroad. The author extrapolates the findings to the subject field of journalistic research, using anthropological, sociological and imagological tools. Thus, it seems possible to draw parallels between the emergence of ethnocultural stereotypes about Russia (“bear”, “cold”, “land of contrasts”), and modern media.*

**Keywords:** *imagology, the image of Russia, stereotypes, ethnic stereotypes, cultural stereotypes, Algarotti, Olearius, Herberstein, press, media, travelogue.*

**Cite as:** Dagaeva K. I. Stereotypes about Russia in foreign culture: from the first travelogues to modern media. *Nauka i shkola*. 2024, No. 4, pp. 57–63. DOI: 10.31862/1819-463X-2024-4-57-63.

Американский антрополог Клиффорд Джеймс Гирц предполагает, что «человек – это животное, подвешенное в паутине значений, которую он сам сплел»<sup>1</sup> [1, р. 5]. По мнению Гирца, культура рассматривается как «паутина» и «ее анализ должен быть поэтому не экспериментальной наукой в поисках закона, а интерпретирующей наукой в поисках смысла» [1, р. 5]. Поэтому задачей ученого является анализ, интерпретация и поиск смысла, скрытого в действиях, ритуалах, труде человека, а не просто улавливание и описание фактов. Таким образом, цель журналистского исследования – не только выявить «роль языка в социальной жизни индивидов и сообществ» [2], но и контекст этого общения, коим является культура. Такой фон социальных реакций личности Д. Гирц называл символами, «взаимодействующей системой интерпретируемых знаков», контекстом социальных событий или процессов, «чем-то, внутри чего они могут быть доходчиво, то есть подробно, описаны» [1, р. 5]. Чтобы найти, понять и описать такой контекст, исследователю, антропологу, этнографу, лингвисту или журналисту необходимо совершить своеобразное «интеллектуальное усилие» [1, р. 6], что в свою очередь обеспечивает исследователю создание «толстого описания» [1, р. 6]. Идея «толстого описания» состоит в том, чтобы найти, понять и представить «множество сложных концептуальных структур, многие из которых наложены друг на друга или переплетены друг с другом, одновременно странные, нерегулярные и неявные» [1, р. 10]. Основная задача – найти эту концептуальную структуру, понять ее и встроить в наблюдаемую картину. Идея Макса Вебера, переданная Гирцем, основана на постулате о том, что «события не просто существуют и происходят, но они имеют смысл и происходят благодаря этому смыслу» [1, р. 131]. Таким образом, мы можем заключить, что важны не факты как таковые, а контексты, окружающие эти факты.

<sup>1</sup> Во всех случаях цитирования источников на иностранных языках перевод мой. – К. Д.

Попытка понять контексты подводит нас к еще одной важной теме – к цели выявить образ мышления людей. По мнению Гирца, этот процесс представляется собой своего рода «целенаправленное манипулирование объективными материалами» [1, р. 77]. В таком случае «культурные образцы» можно объяснить, как «модели» или «наборы символов». Эти «наборы символов» образуют прочную «паутину» – отношения друг к другу «модели». И этот процесс позволяет индивидам «сделать им постижимую модель “реальности”» [1, р. 94]. Таким образом, мы можем провести параллель с феноменом стереотипов, описанным У. Липпманом. Стереотипы помогают ускорить процесс получения, обработки и усвоения информации и отражают «общественное мнение». Эта форма общественного сознания устойчива к изменениям и не зависит от опыта. По словам Липпмана, «нам рассказывают о мире еще до того, как мы его видим. Мы представляем себе большинство вещей до того, как испытаем их» [3, р. 83]. Фактически стереотипы помогают людям (каждому из нас) воспринимать и понимать, классифицировать реальность вокруг нас. Процесс использования стереотипов тесно связан с идеей контекста Гирца. Липпман отмечает, что «по большей части мы сначала определяем, а потом видим. В великой цветущей, гудящей неразберихе внешнего мира мы выбираем то, что уже определила для нас наша культура, и склонны воспринимать то, что мы выделили, в стереотипной для нас нашей культурой форме» [3, р. 81]. Аналогичную идею мы можем найти в работах Гирца, который описывал рефлексивное мышление как «состоящее не из событий в голове, а из сопоставления состояний и процессов символических моделей с состояниями и процессами более широкого мира» [1, р. 78]. Стереотипы, распространяющиеся как выражение общественного мнения, создают видимость абсолютной правдивости [4, с. 315]. Феномен стереотипов заключается в том, что индивидуум не должен исследовать значение нового объекта, а может просто соотнести его с каким-то классом уже известных вещей, присвоить определенную категорию. По мнению Липпмана, этот процесс заключался в следующем: «При нетренированном наблюдении мы выделяем из окружающей среды узнаваемые знаки. Знаки символизируют идеи, и эти идеи мы наполняем нашим запасом изображений. Мы не столько видим этого человека и тот закат; скорее мы замечаем, что речь идет о человеке или закате, а затем видим главным образом то, чем уже наполнен наш ум по этим предметам» [3, р. 88]. В то же время результаты такой концептуализации, понимания одних и тех же фактов действительности могут быть совершенно разными.

В этом случае язык становится инструментом конструирования реальности. С помощью языка человек определяет факты окружающей его действительности, классифицирует их. И тем самым конструирует свою собственную реальность. Эти процессы тесно связаны со стереотипами и «наборами символов». Важно отметить, что в этом процессе участвуют не только вещи, которые можно потрогать, но и абстрактные понятия. Американский социолог и политолог Б. Андерсон отмечает этот факт, обращаясь к вопросу о возникновении национализма как механизма, объединяющего индивидов в одно сообщество, называемое государством. По мнению Андерсона, одними из важнейших инструментов националистического строительства являются перепись населения, карта и музей, позже в этот список попали газеты и телевидение. Эти инструменты использовались для того, чтобы «явно проявился особый стиль изображения позднеколониальным государством своих владений» [5, с. 297]. Андерсон отмечает, что «основой этого стиля была тотальная классификационная разметка, которую можно было с бесконечной

гибкостью применять ко всему, что подпадало под реальный или мнимый контроль государства» [5, с. 298]. В результате этого процесса «все стало ограниченным, определенным и, следовательно, в принципе счетным... Частное всегда выступало временным представителем ряда» [5, с. 298]. В результате «карта оказалась не моделью той реальности, которую она намеревалась изобразить, а моделью создания этой самой реальности» [5, с. 283]. Глядя на эту карту, люди представляли себе кого-то, отличного от них. И чем больше расстояние на карте, тем больше должны были быть эти различия.

До научно-технической революции, появления Интернета и глобальных сетей торговцы и путешественники были основным источником знаний о другом государстве. Посещая Россию и делаясь впечатлениями от путешествий, они сравнивали «своих» и «чужих» (русских) и старались прежде всего подчеркнуть преимущества своей страны и своей модели развития [6, с. 68]. Различия в культурных установках, традициях (и особенно различия в климате) способствовали возникновению стереотипов о России, которые впоследствии укоренились и вошли в массовую культуру и средства массовой информации.

Для изучения межкультурных отношений с точки зрения взаимного восприятия того, как формируются образы стран в зарубежной культуре, возникла новая отрасль науки, названная имагологией. В 1940–1950-е гг. она получила теоретическое обоснование во французской компаративистике. Интерес исследователей был обращен к изучению образов стран и культур в том порядке, в каком они развиваются в национальном литературном сознании [7, с. 15]. П. Журда был одним из первых, кто начал изучать образы в литературе [8, р. 3]. В 1951 г. М. Ф. Гайяр предложил сосредоточить внимание на проблемах различных образов зарубежной культуры в литературе, а также обосновал теоретические аспекты имагологической проблемы [9, р. 35]. Это направление исследований стало особенно популярным в постсоветский период, что было связано с возросшим интересом к феномену «холодной войны» [10, с. 13].

Самые распространенные стереотипы о России связаны с ее климатом – очень холодным. Также в различных материалах встречаются упоминания о красивых женщинах [11, с. 311], а одним из основных символов России считается грозный медведь [12, с. 165]. Эти образы являются неотъемлемыми элементами медийного имиджа нашей страны. Однако исторические корни этих стереотипов лежат непосредственно в описаниях России первыми путешественниками. В качестве главных травелогов, повлиявших на формирование образа нашей страны за рубежом, принято считать трактаты С. Герберштейна, А. Олеария и Ф. Альгаротти. Первой в свет в 1549 г. вышли «Записки о Московии» немецкого дипломата, писателя и историка С. Герберштейна. Автор представил данные, которые ему удалось получить во время путешествия по земле «москвичей» в рамках посольской миссии. В своей книге С. Герберштейн выдвигает теорию, что название страны Россия первоначально называлось «Россея», и это название указывает на рассеянный характер ее народа, потому что по-русски это означает «рассеянность», то есть распространенность на какой-то территории, «разбросанность» [13, с. 35]. Большой интерес представляют исторические сведения о России и описание различных обрядов (например, свадебного обряда государей). Что немаловажно, в этом труде встречаются описания и других характерных черт России, которые тогда легли в основу стереотипов. Например, описание резких перепадов температуры. Рассказывая о своем путешествии, Герберштейн вспоминал: «Мы подъехали

к какой-то реке, тогда она совсем не замерзла, но после полуночи [от сильного холода] покрылась таким льдом, что по ней передвигалось более десяти саней, и даже нагруженные» [13, с. 629]. Также одним из первых С. Герберштейн закладывает стереотип о бесстрашии русских, которые играют с медведями ради забавы. В своей книге он упоминает бродяг, которые ведут обученных танцевать медведей [13, с. 289], и «игру в государя», заставляющую бедняков сражаться с медведями [13, с. 579]. Позднее образ «русского медведя» активно закреплялся в европейской карикатуре [12, с. 165].

Большое значение в формировании образа России сыграли также мемуары немецкого путешественника А. Олеария. В своих трудах он большое внимание уделял традициям и обычаям русского народа. Среди которых упоминалась любовь к пьянству [14, с. 32], красивым женщинам и т. д. Интересны также письма итальянского писателя Ф. Альгаротти. Он писал: «никакой другой народ не приспособлен так хорошо к ведению войны, как русские», «обычай бросать мальчиков прямо из бани, где их держат какое-то время, в холодную воду, а то и в снег» [15, с. 69].

Как отмечают исследователи, влияние национальных предрассудков зачастую находят свое отражение в средствах массовой информации и представляют собой «действующую силу глупости и заблуждений» [16, р. 54]. Так, например, в статье либерального журнала «Time», посвященной проблеме изменения климата, в качестве иллюстрации используется фотография заснеженных сибирских просторов. В то же время в середине текста встречается анонс другой публикации, гласящей: «Жители сибирских деревень, сталкиваясь с лесными пожарами и потеплением климата, сражаются, чтобы защитить свои дома» [17]. Идея «страны контрастов» подчеркивается и противопоставлением различных классов населения: «В то время как российские олигархи могут лично получать прибыль от инвестиций в нефть и газ страны, остальная часть страны зависит от доходов, которые они приносят» [17]. Встречается в публикациях и концепт больших размеров страны. Так, в статье, посвященной лесным пожарам, автор пишет: «В отдаленной, кажущейся бескрайней тайге некоторые люди просто хотят, чтобы посетители передавали послание внешнему миру», а также подчеркивает пустоту окружающего пространства, называя его «пустыней» [17].

Основные функции стереотипов – создание модели реальности, которая позволит максимально оперативно вычленять из дискурса ключевые аспекты, облегчать понятийный и аксиологический процесс, определять «своих» и «чужих». Концептуальная основа таких образов, заложенная в травелогах европейских путешественников несколько веков назад, имеет важную роль в процессах межкультурной коммуникации. Стереотипы, связанные с Россией, имеют высокую устойчивость, активно влияют на процессы репрезентации нашей страны и ее жителей в иностранных медиа. Нельзя с абсолютной уверенностью утверждать, что формирование тех или иных образов России в зарубежных средствах массовой информации ведется злонамеренно и целенаправленно, однако влияние устойчивых стереотипов на представление и интерпретацию сообщений является несомненным. Образы медведей на обложках газет и журналов, советская и милитаристская символика, социальные и гео-климатические контрасты, красивые женщины и множество военных, – пожалуй это лишь малый список стереотипов, формирующих картину мира иностранного обывателя и находящихся свое отражение в зарубежных средствах массовой информации. Каждый из описанных аспектов требует тщательного анализа и представляет собой обширное поле для дальнейших исследований.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Geertz C. *The Interpretation of Cultures*. NY.: Basic Books, 1973.
2. Nordquist R. *What Is Linguistic Anthropology?* // Thought Co. 2019. URL: <https://www.thoughtco.com/what-is-linguistic-anthropology-1691240> (дата обращения: 09.01.2024).
3. Lippmann W. *Public Opinion*. NY.: Harcourt, Brace & Co., 1922.
4. Земсков Б. В. *На переломе: образ России прошлой и современной в культуре, литературе Европы и Америки (конец XX – начало XXI вв.)*. М.: Новый хронограф, 2011.
5. Андерсон Б. *Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма*. М.: Кучково поле, 2016.
6. Журавлева В. И. *Понимание России в США: образы и мифы. 1881–1914*. М.: РГГУ, 2012.
7. Ощепков А. Р. *Образ России по французской прозе XIX века: дис. ... д-ра филол. наук*. М., 2011.
8. Jourda P. *L'exotisme dans la littérature française depuis Chateaubriand. Le romantisme*. Paris: Boivin, 1938.
9. Guyard M. F. *La littérature comparée*. Paris: Presses universitaires de France, 1969.
10. Ковригина М. С. *Особенности отражения образов России в прессе США в период холодной войны: 1946–1991: дис. ... канд. филол. наук*. М., 2020.
11. Котеленец Е. А., Затуловская М. С., Лаврентьева М. Ю. «Красный миф» в кинематографе США // *Политика и культура: проблемы взаимодействия в современном мире*. Будапешт: Selmeczi Bt.; Киров: Радуга-Пресс, 2019. С. 308–315.
12. Котеленец Е. А., Затуловская М. С., Лаврентьева М. Ю. «Русский медведь» – динамика изменений образа России в мире // *Научный диалог*. 2018. № 7. С. 164–176.
13. Герберштейн С. *Записки о Московии: в 2 т.* М.: Памятники исторической мысли, 2008.
14. Олеарий А. *Подробное описание путешествия голштинского посольства в Московию и Персию в 1633, 1636 и 1639 годах, составленное секретарем Посольства Адамом Олеарием*. М.: МГУ, 1870.
15. Альгаротти Ф. *Путешествие в Россию*. М.: Наука, 2014.
16. Leerssen J. *Encyclopedia of Romantic Nationalism in Europe*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2018.
17. Baker A. *Russia Says Climate Change Is a Big Priority. But Its Real Goal at COP 26 Will Be Slowing Down Progress* // Time. 25.10.2022. URL: <https://time.com/6109375/russia-cop-26-climate-spoiler/> (дата обращения: 09.01.2024).

## REFERENCES

1. Geertz C. *The Interpretation of Cultures*. N.Y.: Basic Books, 1973.
2. Nordquist R. *What Is Linguistic Anthropology?* Thought Co. 2019. Available at: <https://www.thoughtco.com/what-is-linguistic-anthropology-1691240> (accessed: 09.01.2024).
3. Lippmann W. *Public Opinion*. N.Y.: Harcourt, Brace & Co., 1922.
4. Zemskov B. V. *Na perelome: obraz Rossii proshloy i sovremennoy v kulture, literature Evropy i Ameriki (konets XX – nachalo XXI vv.)*. Moscow: Novyy khronograf, 2011.
5. Anderson B. *Voobrazaemye soobshchestva. Razmyshleniya ob istokakh i rasprostraneni natsionalizma*. Moscow: Kuchkovo pole, 2016. (In Russian).
6. Zhuravleva V. I. *Ponimanie Rossii v USA: obrazy i mify. 1881–1914*. Moscow, RGGU, 2012.
7. Oshchepkov A. R. *Obraz Rossii po frantsuzskoy proze XIX veka. ScD dissertation (Literature)*. Moscow, 2011.

8. Jourda P. *L'exotisme dans la littérature française depuis Chateaubriand. Le romantisme*. Paris: Boivin, 1938. (In French).
9. Guyard M. F. *La littérature comparée*. Paris: Presses universitaires de France, 1969. (In French).
10. Kovrigina M. S. Osobennosti otrazheniya obrazov Rossii v presse USA v period holodnoy voyny: 1946–1991. *PhD dissertation (Journalism)*. Moscow, 2020.
11. Kotelenets E. A., Zatulovskaya M. S., Lavrentyeva M. Yu. Krasnyy mif v kinematografe USA. In: *Politika i kultura: problemy vzaimodeystviya v sovremennom mire*. Budapesht: Selmeczi Bt.; Kirov: Raduga-Press, 2019. Pp. 308–315.
12. Kotelenets E. A., Zatulovskaya M. S. Lavrentyeva M. Yu. Russkiy medved – dinamika izmeneniy obraza Rossii v mire. *Nauchnyy dialog*. 2018, No. 7, pp. 164–176.
13. Gerbershteyn S. *Zapiski o Moskovii*: Moscow: Pamyatniki istoricheskoy mysli, 2008.
14. Olearius A. *Podrobnoe opisanie puteshestviya golshtinskogo posolstva v Moskoviyu i Persiyu v 1633, 1636 i 1639 godakh, sostavlennoe sekretarem Posolstva Adamom Oleariem*. Moscow: Moscow State University, 1870. (In Russian)
15. Algarotti F. *Puteshestvie v Rossiyu*. Moscow: Nauka, 2014. (In Russian)
16. Leerssen J. *Encyclopedia of Romantic Nationalism in Europe*. Amsterdam, Amsterdam University Press, 2018.
17. Baker A. Russia Says Climate Change Is a Big Priority. But Its Real Goal at COP 26 Will Be Slowing Down Progress. *Time*. 25.10.2022. Available at: <https://time.com/6109375/russia-cop-26-climate-spoiler/> (accessed: 09.01.2024).

---

**Дагаева Кира Игоревна**, аспирант Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования, Московский педагогический государственный университет

**e-mail: [dagaevakira@yandex.ru](mailto:dagaevakira@yandex.ru)**

**Dagaeva Kira I.**, PhD post-graduate student, Journalism, Communications and Media Education Institute, Moscow Pedagogical State University

**e-mail: [dagaevakira@yandex.ru](mailto:dagaevakira@yandex.ru)**

*Статья поступила в редакцию 09.01.2024*

*The article was received on 09.01.2024*