

Секция «Журналист в период общественно-политических перемен: профессия и позиции»

**День Победы как инструмент конструирования коллективной идентичности в контексте российско-украинского конфликта**

*Стяжкина Лилия Анатольевна*

*Аспирант*

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет,  
Новосибирск, Россия

*E-mail: styazhkina.nsu@gmail.com*

В условиях российско-украинского конфликта историческое прошлое обретает особый смысл. Средства массовой информации часто используют историю как объект конструирования коллективной идентичности в отсутствии иных оснований для консолидации россиян, а во времена кризисов это проявляется наиболее ярко. Поэтому предметом нашего исследования стали новостные телевизионные сюжеты «Первого канала» и интернет-газеты «Вести» (холдинг ВГТРК), посвящённые Дню Победы в 2014 году.

По данным исследования «Граждане новой России: кем они себя ощущают и в каком обществе хотели бы жить?», в 1998 и 2004 годах победа в Великой Отечественной войне является главным поводом для гордости среди россиян, уверенно обгоняя такие варианты ответов как достижения российских спортсменов, литераторов и авторитет России в мире [3]. Несмотря на то, что многие из опрошенных из-за своего возраста не участвовали в войне и не помнят её последствий «физически», День Победы становится сегодня, пожалуй, одним из немногих оснований позитивной коллективной идентичности россиян (наряду с полётом Ю. Гагарина в космос). Л. Д. Гудков также отмечает, что опыт более старшего поколения в этом вопросе трансформировался и приобрёл символическую значимость для последующих поколений [2]. При этом на протяжении многих лет образ войны и русского солдата был сакрализован в советской публичной риторике.

С точки зрения конструирования идентичности россиян, любая война, в том числе и Великая Отечественная, имеет важную особенность — в войне всегда есть «свои» и «чужие». Образ «другого» имеет огромное значение для формирования российской идентичности. Процесс осознания собственного «пути» во многом строился на сопоставлении себя с «другими». Частично это определяется и территориальным положением страны, поэтому образ «врага» в России имеет дуалистичный характер: с одной стороны, в качестве «врага» воспринимается Восток (отсылки к татаро-монгольскому игу, «китайская угроза» и т.д.), с другой — Запад (риторика «холодной войны», страны Европы). При этом, как отмечает Б. В. Дубин, основная функция образа «другого» ценна сама по себе, в ней заключается основание для идеи «особого пути» России [1]. И если в 1920-е годы «другим» в советской пропаганде был классовый внутренний враг, в годы войны — фашист, то в последующие годы им как раз становится обобщённый образ буржуазного Запада. Образ «другого» становится «средством внедрения в общественное сознание идей "советского патриотизма"» [4].

Анализ сообщений (текстовых и видео) проводился по материалам сайтов [1tv.ru](http://1tv.ru) и [vesti.ru](http://vesti.ru), опубликованных 9 мая 2014 года. На сайте «Первого канала» всего было опубликовано 74 сообщения, связанных с празднованием Дня Победы, из них посвящены празднованию 9 мая на Украине — 30 (59 и 32 соответственно на сайте [vesti.ru](http://vesti.ru)). Сравнивая повестку дня двух ресурсов, можно сказать, что публикации, связанные с празднованиями Дня Победы на Украине, составляют от 40 до 50% общего количества упоминаний по теме.

Ключевые символы, используемые обоими каналами, схожи. Проанализировав эмпирический материал с помощью контент-анализа и дискурсного анализа, мы вывели следующие стратегии конструирования идентичности россиян:

- 1) **Использование истории.** Так, например, в материалах «Вестей» активно используются специальные репортажи, посвящённые освобождению Крыма, Львова, битве за Севастополь. Таким образом, возникает параллель между советскими воинами-освободителями и сегодняшними ополченцами, действующими на Украине. Общим для них в этом случае является концепт «освобождения»;
- 2) **Использование личных историй.** По тематике их можно разделить на 2 условные группы: «лишение ветеранов праздника» и «ранение мальчика». При этом журналисты «Вестей» подчёркивают, что раненый мальчик носил георгиевскую ленточку. Такой компонент повествования можно считать эмоциональной оценкой «чужих» — они лишают детей и стариков праздника;
- 3) **Употребление концепта «праздник во время военных действий».** Сразу несколько эпизодов, описывающих обстрелы в Мариуполе, празднование в военной обстановке во Львове и Славянске отсылают зрителя к этому концепту. При описании также использована военная лексика, например, «День Победы в кольце блокады»;
- 4) **Использование образа «врага».** В материалах обоих ресурсов используется как обобщённый образ «другого» («киевские власти», «запретили», «были отменены торжественные мероприятия» и т.д.), так и персонифицированный образ «врага» (губернатор Херсонской области, который назвал Гитлера «освободителем»);
- 5) **Позиционирование Севастополя как второго по важности после Москвы города Победы** (это поддерживается и выступлением В. В. Путина в Севастополе, который впервые за долгое время посетил Крым и принял участие в параде Победы). Отдельно следует отметить материал «Вестей» о замене российской символики памяти погибших в войне (георгиевской ленточки) на европейскую (красный мак). Однако использование георгиевской ленточки на Украине началось только в 2006 году и этот символ является не так давно сконструированным символом идентичности постсоветских граждан.

Таким образом, анализ материалов позволяет судить о том, что День Победы активно использовался «Первым каналом» и интернет-газетой «Вести» в качестве инструмента конструирования национальной идентичности. При этом образ Дня Победы стал своеобразным «маркером» для деления людей на символических «своих» (ветеранов, людей, участвующих в парадах и поддерживающих празднования 9 мая) и «чужих» (тех, кто заменяет символы, запрещает проводить парады, не даёт возможности ветеранам встретить праздник).

#### Источники и литература

- 1) Дубин Б. В. Запад для внутреннего употребления: образ «другого» в структуре коллективной идентичности // Жить в России на рубеже столетий. М., 2007. С. 312-331.
- 2) Гудков Л. Д. Победа в войне: к социологии одного национального символа // Гудков Л. Негативная идентичность. Статьи 1997–2002 годов. М., 2004. С. 20–58.
- 3) Российская идентичность в условиях трансформации: опыт социологического анализа / Отв.ред. М.К. Горшков, Н.Е. Тихонова. – М., 2005.
- 4) Фатеев А. В. Образ врага в советской пропаганде. 1945-1954 гг. М., 1999.