

УДК 325.25+394.9

ББК 63.3 (2Р54)

DOI 10.30792/2222-9175-2018-29-90-95

В. Ю. Башкуев, П. К. Варнавский

**В ПОИСКАХ ГЛОБАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ
САМОРЕПРЕЗЕНТАЦИИ МОНГОЛИИ:
УСТОЙЧИВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОБРАЗА ЧИНГИСХАНА
В ЗАПАДНЫХ СМИ НАЧАЛА XXI в.**

В статье рассматриваются стереотипные элементы образа Чингисхана в печатных и электронных англоязычных СМИ в 1990-х – начале 2000-х гг. Анализируются заголовки статей и стилистические средства создания образа, выделяется и объясняется их значение в контексте поиска Монголией способов эффективной саморепрезентации в глобальной инфосфере. Отмечено влияние созданных образов на восприятие монгольских диаспор в западных странах.

Ключевые слова: Монголия, Чингисхан, образы, СМИ, конверсия, брендинг, диаспоры.

V. Yu. Bashkuev, P. K. Varnavskiy

**IN SEARCH OF A GLOBAL INFORMATION
SELF-REPRESENTATION OF MONGOLIA:
PERSISTENT ELEMENTS OF THE IMAGE OF GENGHIS KHAN
IN WESTERN MASS MEDIA OF THE EARLY 21ST CENTURY**

The article reviews stereotypical elements of Genghis Khan's image in printed and electronic Anglophone media in the 1990s – early 2000s. It analyzes article headlines and stylistic devices used for image creation, outlines and explains their meaning in the context of Mongolia's search for efficient self-representation in the global infosphere. The influence of these images on the perception of Mongolian diasporas in the west is highlighted.

Keywords: Mongolia, Genghis Khan, images, mass media, conversion, branding.

В эпоху глобализации значительная часть человеческой деятельности переносится в информационное пространство, которое благодаря современным цифровым технологиям вынесено в транснациональную виртуальную инфосферу. Там не существует политических границ, а значит, и их атрибутов – консульств, виз, запретов на въезд или выезд. Именно в цифровой инфосфере быстрее всего формируются и передают-

ся важнейшие в нынешнем мире «мягкой силы» образы, приписываемые государствам, их гражданам и диаспорам, формирующимся за пределами родины. В этом отношении Монголия, долгое время носившая метку страны третьего мира, с 1990-х гг. предпринимает – и небезуспешно – попытки найти способ саморепрезентации в глобальном информационном пространстве. Сложившиеся на сегодняшний день устойчивые элементы

БАШКУЕВ Всеволод Юрьевич – доктор исторических наук, старший научный сотрудник Института монголоведения, буддологии и тибетологии СО РАН (Улан-Удэ, Россия). E-mail: seva91@yahoo.com.

ВАРНАВСКИЙ Павел Кондратьевич – кандидат исторических наук, старший научный сотрудник Института монголоведения, буддологии и тибетологии СО РАН (Улан-Удэ, Россия). E-mail: wpk1@mail.ru.

образа Монголии во многом определяют интерес к этой стране, ее культуре и народу у представителей «золотого миллиарда», тем самым влияя на восприятие монгольских диаспор в странах Европы и Северной Америки.

Попадая в глобальную информационную сеть, новости о Монголии структурируются и оформляются в соответствии с законами потребительского рынка. Происходит ранжирование информации по степени ее привлекательности для конечного потребителя, для чего создаются наиболее интригующие тематические направления и заголовки. Анализ массива англоязычных публикаций с 1990-х гг. позволил выделить три наиболее распространенных в настоящее время тематики, внутри которых конструируется и передается читателям образ новой Монголии. Это – Чингисхан и все связанное с его именем, историей и наследием; полезные ископаемые Монголии и перспективы их разработки; уникальность природы этой страны и возможности для развития индустрии туризма.

Имя Чингисхана и его современное наследие образуют доминирующую тему в материалах англоязычных СМИ на протяжении последних 20 лет. Ее популярность обусловлена как огромным количеством сложившихся стереотипов вокруг личности и деяний этого исторического персонажа, так и активно происходящим в настоящее время процессом их переосмысления. Огромную роль здесь играет конструирование новой национальной идентичности монголов на основе мифологизированных воспоминаний о своем «золотом веке». Кроме того, имя Чингисхана приобрело черты своеобразного глобального мегабренда, позиционирующего Монголию не только в контексте мировой истории, но и в современной политике, экономике и сфере межкультурной коммуникации. Существование такого катализатора коммерческого спроса маркирует Монголию в глобальном потребительском обществе, придавая ее

товарам и услугам на рынке оттенок дополнительной аутентичности и эксклюзивности.

В монгольской саморепрезентации рациональное восприятие фигуры Чингисхана и его наследия подменяется романтическим проецированием образа правителя на современную действительность. Это помогает выделить прямые ассоциативные связи между величием средневековых монголов и их современными потомками. Легитимируется роль современных монгольских народов в качестве носителей древней мудрости и духа Чингисхана, правопреемников его великих достижений. Этим преодолевается комплекс отсталости, консолидируются силы национального возрождения и монголы ставятся в один ряд с великими цивилизациями – китайской, индийской, европейской (наследницей античной Греции и Рима), исламской.

Анализ материалов англоязычных СМИ показывает, что западный прагматизм и законы информационного маркетинга повернули конструирование образа Чингисхана в несколько отличное от монгольского направление. В западных публикациях, радиопередачах, фильмах начала XXI в. Чингисхан предстает в облике пусть и нетипичного, но представителя своего народа. Это «очеловечивание» образа великого монгола находит гораздо больший отклик у западных потребителей информационных продуктов, нежели мифологизированные демонические или божественные образы.

Первое, что бросается в глаза при анализе материалов англоязычных СМИ о Чингисхане – стратегия выбора заголовков (*headlines*). Они призваны привлечь внимание потенциального читателя броскими стилистическими средствами и приемами. Здесь часто наблюдается противопоставление сложившихся в западном восприятии стереотипов и новых характеристик, выявленных в ходе недавнего переосмысления исторического значения Чингисхана и его империи. По-

ложительно и отрицательно окрашенные стилистические средства варьируются от неформальных эпитетов, вроде *Genghis the Good Guy... (Хороший парень Чингисхан)*; *Genghis Khan: He's Mr. Good Guy Now...* (Чингисхан теперь «Мистер Хороший Парень») и *Genghis Khan, Superstar (Чингисхан – суперзвезда)* до таких негативно окрашенных метафор, как *Horseman of Apocalypse (Всадник Апокалипсиса)*, *History's Great Bogyman (Великое пугало истории)* или эпитетов типа *Mongolia's Marauding Son... (Мародерствующий сын Монголии)* и *Tyrant of Old (Тиран древности)*.

Парадоксальное сочетание противоречивых характеристик в заголовке или подзаголовке выполняет прагматическую функцию. Броский заголовок привносит оттенок легкой иронии и одновременно интригует читателя, создавая мотивацию для дальнейшего прочтения материала. Например, напечатанный в «Дэйли Телеграф» обзор вышедшего на канале BBC 1 в 2005 г. документального фильма о Чингисхане озаглавлен следующим образом: *Genghis the Good Guy. The Mongol leader, one of history's great bogeymen was a visionary who brought culture and law to his country, according to a BBC documentary (Хороший парень Чингисхан: по версии кинодокументалистов Би Би Си монгольский вождь, принадлежащий к числу великих пугал истории, был пророком, давшим своей стране культуру и закон)* [Davies, 2005]. **Заголовок в американской газете «Крисчен Сайенс Монитор»** выглядит так: *Mongolia's Marauding Son Gets a Makeover*, что в русском переводе может звучать как: *Образ мародерствовавшего сына Монголии сегодня подвергается конверсии* [Marquand 2002].

Тема «конверсии образа Чингисхана», облаченная в форму стилистических противопоставлений, проходит лейтмотивом в большинстве проанализированных публикаций. Заметно, что западные журналисты не испытывают религиозного благоговения перед именем великого

монгола, а, напротив, приписывают ему вполне человеческие характеристики. Даже следуя сложившимся стереотипам о Чингисхане как о «пугале мировой истории», они наделяют его сугубо приземленными, а не сверхъестественными качествами. В интерпретации, рассчитанной на среднестатистического читателя, он «не тот, кого бы вы хотели привести пообедать к себе домой» и «один из плохих парней в истории», как выразился в начале своей статьи репортер газеты «Крисчен Сайенс Монитор» Роберт Маркуанд. Или «человек, которого вы менее всего хотели бы увидеть у ворот вашего города в XIII веке» – так образно охарактеризовал Чингисхана Томас Сатклифф, корреспондент английской газеты «Индепендент» [Sutcliffe 2005].

С другой стороны, большинство авторов признают, что негативный образ монгольского завоевателя долгое время формировался на Западе под влиянием не совсем объективных источников. Корреспондент «Крисчен Сайенс Монитор» Грегори Лэмб, например, сравнивает карикатурный стереотип «гедониста с садистскими наклонностями» и «бандита прерий» с ситуацией в современной политике, когда оценка того или иного деятеля производится его политическими противниками [Lamb 2004]. Объясняя свою позицию, другие авторы цитируют удачную шутку монгольского премьер-министра Ц. Элбэгдоржа о том, что «Чингисхан не был плохим парнем, просто он не дружил с прессой» [Osborn 2005].

В дискурсе англоязычных СМИ имя Чингисхана зачастую выступает в качестве символа борьбы коммунистической идеологии с традиционной кочевой монгольской культурой, приобретая определенные «диссидентские» характеристики. Так, по выражению корреспондента газеты «Индепендент» Эндрю Осборна, «русские не приветствовали идеи прославления человека, который ограбил и сжег Киев – колыбель славянской цивилизации» [Ibid.]. Тот факт, что имя

Чингисхана демонизировалось в социалистический период, зачастую объясняется навязыванием догматов советской коммунистической историографии и подчинением монголов воле «большого брата».

Своеобразной и весьма парадоксальной проекцией образа Чингисхана, берущей начало из идеи о его «диссидентстве», является использование этого имени в связи с «войной против терроризма». Вторя своим монгольским коллегам, часть западной журналистской братии представляет его чуть ли не предтечей борьбы со злом тоталитарных идеологий. Несмотря на иронические ушешки, некоторые журналисты вполне серьезно рассматривают успешный опыт монголов в управлении многонациональной империей в качестве примера при разрешении сложных конфликтных ситуаций, возникающих между США и странами, входящими в так называемую «ось зла». Так, в своей статье о контингенте монгольских войск в Ираке Марк Трэнт, корреспондент «Сизтл Пост Интеллидженсер», утверждает, что по странному стечению обстоятельств Саддам Хусейн оказался прав, предрекая в одной из своих речей нашествие «современного Хулагу», ведь из всех войск антииракской коалиции только монголы имеют опыт взятия Багдада и покорения исламского мира. Ссылаясь на известную книгу Дж. Узерфорда «Чингисхан и становление современного мира», Трэнт полагает, что опыт средневековых монголов в изучении особенностей покоренных народов, их тактика использования противоречий между своими многонациональными подданными и мудрая политика в отношении религии и торговли не помешали бы США в решении проблем с Ираком, Афганистаном и Северной Корей и уж, во всяком случае, принесли бы больше пользы, чем вооруженное вторжение [Trahan 2004].

Западные журналисты были почти единодушны в восприятии и оценке

возрождения культа Чингисхана в современной Монголии. По их мнению, образ Чингисхана помогает этой небольшой нации позиционировать себя в современном мире, восстанавливая утраченное за долгие века изоляции от мира чувство национальной гордости и международной значимости. Так, Эндрю Осборн пишет: «Спустя четырнадцать лет после развала СССР Монголия находится в активном поиске собственной национальной идентичности. Несмотря на все недостатки, Чингисхан является единственной фигурой, способной воскресить в монголах чувство былого величия. И Монголия отчаянно нуждается в позитивном символе» [Osborn 2005]. По мнению Джехангира Поча, пекинского корреспондента «Бостон Глоуб», Монголия, входящая в мировое сообщество как демократическая страна с рыночной экономикой, прощупывает свое прошлое в поисках символа для самоопределения. В качестве аргумента он приводит точку зрения монгольского ученого Ц. Цэцэнбилэга: «В нынешнем быстро изменяющемся мире Чингисхан, если воспринимать его объективно, может выступать в роли морального фундамента. Он может быть корневой системой Монголии, источником уверенности во времена, когда многие вещи уверенности не внушают» [Pocha 2005].

И, наконец, вершиной прагматического подхода к обновленному образу Чингисхана является коммерческий брендинг его имени. Происходит постоянное ассоциирование Чингисхана с монгольским бизнесом. Приводятся примеры того, как образ великого завоевателя стал символом его успешного ведения. Чингисхан теперь неотделим от преуспевающего поколения «новых монголов» в лучшем смысле этого словосочетания. В репортажах из Монголии приводятся суждения о Чингисхане людей, добившихся карьерных высот и широкой популярности в своей стране и за рубежом. Это общественные деятели, политики,

известные музыканты, например Амраа Мандах, лидер популярной рок-группы «Черная роза», боготворящий Чингисхана и воспевающий его в текстах песен [Osborn 2005].

Тесная связь имени Чингисхана и современных течений в музыке, моде и т. д., заимствованных у Запада, свидетельствует и о том, что современное поколение монголов обладает уникальной способностью воспринимать новые веяния, не теряя при этом самобытности. В статье Питера Хесслера «Ханский рэп», опубликованной в «Бостон Глоуб», рассказывается о монгольской хип-хоп команде «Ледяная вершина» (“Ice Top”) которая, в отличие от агрессивных и скандальных американских рэперов, исполняет рэп на исторические и традиционные темы, не последнее место в которых занимают овеянные славой образы Чингисхана [Hessler 2001].

Как же сквозь призму многогранного образа основателя нации Чингисхана проецируется будущее Монголии и формируется ее образ? Прежде всего, в изученных публикациях проводится четкая разграничительная линия между коммунистическим прошлым и демократическим настоящим Монголии. Возрождение культа Чингисхана служит символическим водоразделом между этими периодами монгольской истории. «Монголия ищет свое место в мире и решительно порывает с прошлым, в котором на долю монгольского народа выпали забвение и унижение», – примерно такой посыл обнаруживается в материалах англоязычных СМИ. Развитие политической и экономической ситуации в современной Монголии только подтверждает эту мысль. С 1995 г. Монголия руководствуется новой геополитической доктриной, разработанной на основе политики равноудаленности от Китая и России. Главной задачей этой страны в настоящее время является сохранение монгольской нации, ее традиционного образа жизни, культуры, генофонда и, вместе с тем, ин-

теграция в мировое сообщество и развитие социально-политических институтов современного гражданского общества [Enkhsaikhan 1995]. Вот почему Чингисхан столь часто предстает перед западной аудиторией в качестве «воплощения гражданских свобод» и своеобразного «отца демократии».

Большое значение здесь имеет и геополитическая составляющая. Можно дать негативную историческую оценку монгольскому завоеванию, но вряд ли возможно отрицать то, что походы Чингисхана и его потомков на многие века связали Центральную Азию с остальным миром, так же как крестовые походы европейцев открыли Европе Ближний Восток. И сейчас, когда Монголия продвигается на мировую арену, исторические воспоминания о героическом веке помогают этой небольшой нации уверенно участвовать в решении непростых проблем на огромной территории бывшей Монгольской империи. А сознательная и вполне продуманная линия монгольского руководства на поддержку международных мер безопасности – вхождение монгольских контингентов в состав международных сил в Ираке и Афганистане, с одной стороны, и вхождение Монголии в Шанхайскую организацию коллективной безопасности – с другой приносит стране вполне ощутимые внешнеполитические дивиденды.

Во многом благодаря этой политике Запад видит в Монголии оазис демократии и стабильности в Центральной Азии и стратегического партнера, чье географическое положение между двумя «тиранозаврами» Евразии имеет глобальное геополитическое значение. А это имеет прямое отношение к восприятию на Западе монгольских мигрантов – в отличие от крупных, но находящихся под особым контролем мусульманских диаспор, монголы позиционируются как пока не очень влиятельное и организованное, но лояльное западным ценностям, а значит, и безопасное иммигрантское сообщество.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научно-исследовательского проекта «Миграции и диаспоры в монгольском мире: стратегии и практики транскультурного взаимодействия» № 15-01-00243а.

Литература

Davies Catriona. Genghis the Good Guy / Catriona Davies // The Daily Telegraph. – 2005. – 18 апреля.

Enkhsaikhan J. Mongolia's Security Policy: Regional and International Aspects / J. Enkhsaikhan // The Mongol Messenger. – 1995. – No. 2. 18(210).

Hessler Peter. The Rap of Khan / Peter Hessler // The Boston Globe. – 2001. – 7 мая.

Lamb Gregory M. Embrace the Inner Genghis / M. Lamb Gregory // The Christian Science Monitor. – 2004. – 23 марта.

Marquand Robert. Mongolia's Marauding Son Gets a Makeover / Robert Marquand // The Christian Science Monitor. – 2002. – 10 мая.

Osborn Andrew. Legacy of a Mongol Warlord: The Cult of Genghis-Khan / Andrew Osborn // The Independent. – 2005. – 11 мая.

Pocha Jehangir S. Once-Feared Invader's Reputation Gets a Revival / Jehangir S. Pocha // The Boston Globe. – 2005. – 3 июля.

Sutcliffe Thomas. Smoothing off a Crime's Rough Edges / Thomas Sutcliffe // The Independent. – 2005. – 26 апреля.

Trahant Mark. Mongols Last to Defeat Axis of Evil / Mark Trahant // Seattle Post Intelligencer. – 2004. – 25 апреля.