ენათმეცნიერება Linguistic

Репрезентация общественных ценностей Литвы и Хорватии в политическом медиадискурсе

Виктория Макарова
Вильнюсский университет, Литва
e-mail: viktorija.makarova@flf.vu.lt,
orcid.org/0000-0002-4226-4755
https://doi.org/10.52340/lac.2026.36.04
SJIF 2026: 8.679

В статье сопоставляются особенности литовского и хорватского медиадискурсов периода президентских выборов 2024 года. На материале 173 публикаций выявлены различия в репрезентации кандидатов и общественно значимых тем. Показано, что хорватский медиадискурс характеризуется повышенным вниманием к семье, национальной идентичности и проблеме эмиграции, тогда как литовский сосредоточен на политических позициях кандидатов и вопросах безопасности. Полученные результаты интерпретируются с привлечением культурных измерений Г. Хофстеда.

Ключевые слова: медиадискурс; президентские выборы; Литва; Хорватия; ценности; культурные измерения Хофстеда.

Введение

Медиадискурс является важным инструментом формирования общественного мнения и репрезентации социальных ценностей. В период избирательных кампаний медиа не только информируют аудиторию о ходе избирательной кампании, но и конструируют определенные интерпретации политической реальности, акцентируя одни темы и оставляя в тени другие. Анализ медиадискурса, таким образом, позволяет исследователю выявить ценностные ориентиры общества. Теоретической основой исследования послужили работы Э. Лассан [3], рассматривающей медиадискурс как пространство репрезентации общественно значимых смыслов, а также исследования Т. ван Дейка [1], Н. Фэркло [5] и Е. А. Кожемякина [2], подчеркивающих связь дискурсивных практик с социальным и культурным контекстом. В настоящей работе медиадискурс понимается как совокупность текстов и коммуникативных практик, посредством которых интерпретируется политическая действительность и транслируются общественные ценности.

Цель исследования заключалась в выявлении особенностей репрезентации общественных ценностей в литовском и хорватском медиадискурсах в период предвыборных кампаний 2024 года. Материалом исследования послужили посвященные президентским выборам 173 публикации литовских и хорватских медиапорталов. Для интерпретации выявленных различий результаты исследования сопоставляются с культурными измерениями Г. Хофстеда [6].

Основная часть

Право кандидата на прямую речь

Сопоставление литовской и хорватской выборки свидетельствует о различном статусе медиапортала как посредника в отношениях кандидатов и их избирателей. Литовские пользователи порталов LRT и “Respublika” с гражданской позицией кандидатов в основном знакомятся опосредованно – сквозь призму осмысления фактов действительности и их описания журналистами (подробнее об особенностях литовского предвыборного медиадискурса см. [4]). В хорватском же корпусе текстов цитирование кандидатов довольно обширно. Например, портал “Index” публиковал монологи кандидатов с изложением их взглядов на мир, а портал “Večernji list” публиковал стенограммы дебатов. Так, например, звучит заголовок одного текста, написанного самим кандидатом: *Zašto bi građani trebali glasati za mene* (‘Почему именно меня должны выбрать избиратели’). Более широкое присутствие прямой речи кандидатов в хорватских медиа может косвенно коррелировать с более высокой дистанцией власти в хорватской культуре (по шкале Г. Хофстеда индекс 73[1] для Хорватии – против 42 для Литвы), предполагающей большую значимость политических фигур в публичной коммуникации.

Оценка деятельности действующего президента

По этому параметру также разительно отличаются литовский и хорватский предвыборные дискурсы. В литовских текстах, попавших в нашу выборку, практически не встречается оценок деятельности действующего президента Литвы (кандидата Г.Н.), тогда как в хорватском корпусе о кандидате З.М., занимавшем на момент предвыборной кампании должность президента Хорватии, содержится множество негативных оценочных суждений о его работе, высказанных как кандидатами-конкурентами, так и другими политиками и политическими обозревателями. Например: *srušio sve vrijednosti hrvatske države* (‘разрушил все ценности хорватского государства’); *kršitelj Ustava* (‘нарушитель Конституции’).

Тема войны

Само слово «война» неоднократно повторяется и в литовском, и в хорватском предвыборных дискурсах. В литовском медиадискурсе тема войны связана прежде всего с российско-украинским конфликтом, вопросами безопасности и возможными угрозами для Литвы. Например: *agresorius perjungia pavarą ir ciniškai traiško demokratinį pasaulį* (‘Агрессор переключает передачи и цинично

[1] Индексы приводятся по данным 2015 г.: https://geerthofstede.com (доступ: 3.10.2026).

растаптывает демократический мир'); *Ukraina jau dabar stabdo Rusijos agresijos plitimą į Europą* ('Уже сейчас Украина сдерживает распространение российской агрессии в Европу').

В то же время лейтмотивом хорватского медиадискурса является *Domovinski rat* – Отечественная война за независимость Хорватии в 90-е годы XX века. О военном конфликте России-Украины лишь упоминается несколько раз. Кандидаты на пост президента Хорватии выражают свое отношение к выстраиванию отношений со своими соседями – БиГ и Сербией – в контексте осмысления результатов Отечественной войны за независимость Хорватии. Например, кандидатам во время дебатов задают вопрос о возможном вступлении Сербии в ЕС, и, предлагая блокировать эту идею, субъекты дискурса оперируют такими понятиями, как агрессивная политика сербского мира, сербский империализм и проч. Например: *obrana Hrvatske od velikosrpskog okupatora* ('защита Хорватии от великосербского оккупанта'); *srpski imperijalizam, od kojega nam zubi trnu već stotinjak godina* ('сербский империализм, от которого у нас зубы стынут уже сотню лет).

Различия в интерпретации военной тематики частично соотносятся с показателями долгосрочной ориентации культур (в терминах теории Г. Хофстеда): для Литвы (индекс 82) характерен акцент на будущих рисках и стратегическом планировании, тогда как хорватский дискурс чаще обращается к коллективной памяти о событиях прошлого (индекс 58).

Проблема эмиграции населения

Тема эмиграции регулярно присутствует в хорватском предвыборном дискурсе, но практически отсутствует в проанализированном нами литовском корпусе. В хорватской выборке тема проблемы эмиграции, как показал анализ, проходит красной нитью сквозь многие тексты. Например: *dok se naši ljudi iseljavaju u potrazi za boljim životom* ('пока наши люди уезжают за лучшей жизнью'); *nitko od nas ozbiljno ne zagovara povratak iseljenika, a to je ključna prilika za našu zemlju* ('никто из нас всерьез не поддерживает возвращение эмигрантов, а это ключевая возможность для нашей страны').

Повышенное внимание хорватских медиа к теме эмиграции может быть связано с более коллективистской ориентацией хорватской культуры (индекс 33), при которой особое значение имеют судьба сообщества и сохранение национальной общности. Для Литвы также актуальна проблема массовой эмиграции населения, однако в предвыборном дискурсе эта тема не затрагивается, вероятно, из-за индивидуалистической ориентации литовской культуры с ценностями личной автономии и индивидуальной ответственности индивида (индекс 60).

Приверженность семейным ценностям

Во время литовской предвыборной кампании семейные связи кандидатов практически не демонстрировались ими и не анализировались журналистами. В хорватском же медиадискурсе освещаются семейные связи кандидатов и происхождение членов их семей. Особое внимание уделяется национальной принадлежности родственников, прежде всего наличию сербских корней

или связей. Например, в публикациях упоминается, что кандидатка И. К. замужем за сербом (*udata je za Srbina*), а в отношении кандидата М. Б. обсуждается его возможное сербское происхождение.

Выявленные нами различия согласуются с показателями индивидуализма по теории Г. Хофстеда: Литва характеризуется более высоким уровнем индивидуализма (индекс 60), тогда как Хорватия (33) демонстрирует более выраженную коллективистскую ориентацию, что проявляется в повышенном внимании к семье, происхождению и родственным связям политиков.

Выводы

Сопоставление литовского и хорватского предвыборных медиадискурсов показало различия в способах репрезентации в них политических деятелей и общественно значимых тем. В хорватском корпусе шире представлены прямая речь кандидатов, эксплуатируются темы семейных связей, национальностей политиков, а также проблема эмиграции населения. В литовском медиадискурсе больше внимания уделяется позициям кандидатов по актуальным политическим вопросам, прежде всего связанным с безопасностью и войной в Украине.

Выявленные различия частично соотносятся с культурными измерениями Г. Хофстеда. Более выраженный коллективизм хорватской культуры коррелирует с повышенным вниманием к семье, происхождению и судьбе соотечественников за рубежом, тогда как более высокий уровень индивидуализма и долгосрочной ориентации в литовской культуре проявляется в акценте на политических позициях кандидатов и будущих вызовах. Вместе с тем ряд особенностей может объясняться спецификой национальных медиасистем и текущей политической повесткой.

Литература

1. ДЕЙК ван, Т. А., 1989. *Язык. Познание. Коммуникация*. Москва: Прогресс.

2. КОЖЕМЯКИН, Е. А., 2010. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. *Вопросы журналистики*, 12 (83), 13–21.

3. ЛАССАН, Э. Р., 2011. *Лингвистика ставит диагноз...* Вильнюс: Изд-во Вильнюсского ун-та.

4. МАКАРОВА, В. В., 2025. О конструировании медиаобраза кандидата на пост президента Литвы посредством контекстуальной аргументации. In SŁADKIEWICH, Ż., KLIMKIEWICH, A. (red.). *Perswazja językowa w różnych dyskursach.* T. 8. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 149–157.

5. FAIRCLOUGH, N., 1992. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.

6. HOFSTEDE, G., HOFSTEDE, G. J. and MINKOV, M., 2010. *Cultures and organizations: software of the mind: intercultural cooperation and its importance for survival*. 3rd ed. New York: McGraw-Hill.

Источники

“Index” – www.index.hr (доступ: 24.04.2025).

LRT – www.lrt.lt (доступ: 10.05.2024).

“Respublika” – www.respublika.lt (доступ: 10.05.2024).

“Večernji list” – www.vecernji.hr (доступ: 24.04.2025).

Viktoria Makarova
Vilnius State University, Lithuania
e-mail: viktorija.makarova@flf.vu.lt,
orcid.org/0000-0002-4226-4755
https://doi.org/10.52340/lac.2026.36.04
SJIF 2026: 8.679

The Representation of Public Values in Lithuania and Croatia in Political Media Discourse

Abstract

This article compares the characteristics of Lithuanian and Croatian media discourse during the 2024 presidential election campaigns. Based on an analysis of 173 media publications, differences in the representation of candidates and socially significant issues were identified. The study demonstrates that Croatian media discourse places greater emphasis on family, national identity, and the issue of emigration, whereas Lithuanian media discourse focuses primarily on candidates’ political positions and security-related issues. The findings are interpreted through the lens of Geert Hofstede's cultural dimensions.

Keywords: media discourse; presidential elections; Lithuania; Croatia; social values; Hofstede's cultural dimensions.

Рецензент: профессор Назия Жанпеисова