

К.Р.Буйнова

Образ России в Латинской Америке в период проведения Чемпионата мира по футболу 2018 г.

**На материале региональных телевизионных передач,
посвященных ЧМ-2018 в России**

В статье исследуется образ России, созданный для латиноамериканского зрителя региональными телеканалами во время проведения Чемпионата мира по футболу 2018 г. Работа представляет собой имагологическое исследование, сделанное на основе объемного материала (циклы развлекательно-информационных передач, посвященных мероприятию и стране-хозяйке) с применением аудиовизуального анализа, системного метода и структурно-функционального анализа. Рассматриваются тиражируемые стереотипы, в том числе аудиовизуальные, выделяются основные темы, вызвавшие интерес аудитории.

Ключевые слова: имагология, образ России, Чемпионат Мира по футболу, стереотипы, Латинская Америка.

DOI: 10.31857/S0044748X0008396-4

Статья поступила в редакцию 28.10.2019.

Проведение такого крупного спортивного события, как Чемпионат мира (ЧМ) по футболу, привлекает к стране-хозяйке внимание всего мира. Качество организации, подготовка и выступление национальной сборной, гостеприимство местных жителей, культура страны — практически любой

Кристина Романовна Буйнова — кандидат исторических наук, доцент МГИМО МИД России (РФ, 119454 Москва, Проспект Вернадского, 76, pragamia@gmail.com).

Статья подготовлена в рамках гранта на выполнение научных работ молодыми исследователями МГИМО МИД России.

Автор благодарит за помощь в проведении исследования О.Краева, студента 2 курса магистратуры МГИМО МИД России.

аспект мероприятия становится имиджформирующей информацией. В XX в. наша страна становилась объектом столь пристального внимания во время проведения VI (1957 г.) и XII (1985 г.) Всемирных фестивалей молодежи и студентов, летних Олимпийских игр в Москве 1980 г., а в недавней истории — во время зимних Олимпийских игр 2014 г. в г. Сочи. Отечественная историография по итогам проведения этих мероприятий на удивление невелика, как правило, представляет собой общий обзор или ретроспективу, зачастую политически ангажирована [1, 2, 3, 4, 5]. Если мировые СМИ изобиловали как хвалебными, так и критическими статьями по результатам ЧМ-2018, то научных исследований образа России, сложившегося на фоне этого первенства, до настоящего времени не выходило. Опосредованно этого вопроса касаются лишь в нескольких зарубежных аналитических работах, посвященных значению подобных событий, их взаимосвязи с национальной идентичностью, внутренней и внешней политикой [6, 7, 8, 9, 10].

Задача данной статьи — исследовать процесс формирования образа России во время проведения ЧМ-2018 на материале специализированных ТВ-программ стран Латинской Америки. Выбор региона объясняется культурной общностью латиноамериканских государств, а также рекордной статистикой телетрансляций по сравнению с другими регионами. Работа представляет собой имагологическое исследование, в ходе которого рассматривается объемный аудиовизуальный материал, соответствующий архиву приуроченных к ЧМ футбольных передач латиноамериканских стран — участниц кубка.

В рамках данного исследования были проанализированы *Revista Mundialista* [11] коста-риканского канала *Teletica*, *Camino a Rusia* популярного университетского канала *Litus TV* [12] (Аргентина), *De la Mano del Diez* [13] крупнейшего венесуэльского и латиноамериканского *Telesur*, а также *La Jugada del Mundial* [14] мексиканского *Televisa*. Изначально во внимание был принят и колумбийский цикл передач на канале *Gol Caracol* [18], однако в качестве источника по теме исследования он оказался неинформативен.

Учитывая характер материала, методология работы включает в себя аудиовизуальный анализ, системный метод и структурно-функциональный анализ. Переходя к анализу источника, необходимо отметить огромную популярность передач о России, связанную с тем, что их трансляция предваряла непосредственно футбольные матчи. По официальным данным Международной федерации футбола (*Fédération Internationale de Football Association*, FIFA), опубликованным в декабре 2018 г. после проведения исчерпывающего исследования компании *Publicis Media Sports and Entertainment* (PMSE), общее количество зрителей ЧМ-2018 составило рекордные 3,5 млрд человек, при этом аудитория каждого отдельного матча достигала в среднем 191 млн человек. В Южной Америке за кубком следили более 355 млн телезрителей. Интересно, что эта цифра на 30 млн превышает статистику ЧМ-2014, проводившегося в Бразилии. В целом в 2018 г. футбол смотрели 96,6% жителей Южной Америки [19, сс. 4, 9, 11, 12]. Привести точную статистику по зрителям центральноамериканского региона сложнее, так как в отчете он объединен с Ка-

рибским бассейном и Северной Америкой, однако и там цифры сопоставимы с южноамериканскими.

Ожидая рекордных рейтингов [20], в преддверии первенства латиноамериканские национальные каналы не зря добивались эксклюзивного права на трансляции. Мексиканский гигант *Televisa* обошел конкурентов по популярности не только транслируемых матчей, но и передачи *La Jugada del Mundial*, которую смотрели более 5,5 млн человек (данные агентства *Nielsen IBOPE México*) [21, 22]. С этими цифрами сравнятся разве что рейтинги *Telesur* с бывшим аргентинским футболистом Диего Марадоной в качестве ведущего программы *De la Mano del Diez*, которая транслировалась едва ли не во всех странах региона [23]; однако для зрителей каждой отдельной страны важны и передачи относительно небольших *Gol Caracol TV*, *Teletica* и *Litus TV*.

Циклы, посвященные ЧМ и принимающей стране, обычно включают разговор в студии с приглашенными экспертами и знаменитостями, а также специально подготовленные репортажи. Все репортажи можно было увидеть, помимо телетрансляций, через потоковую передачу данных по Интернету (стрим), а также на веб-сайте каналов или на их страницах на сервере *YouTube*. Благодаря последнему мы можем косвенно судить о популярности передач: только на *YouTube* некоторые ролики собирали около 300 тыс. просмотров [17].

Анализируя эти материалы, мы выделили основные стереотипы о России, темы, вызывающие у латиноамериканских зрителей особый интерес, а также новые факты, ставшие для них неожиданными открытиями. В случае репортажей о России стереотипы играют роль символа, позволяющего зрителю легко узнать страну — хозяйку чемпионата. Неудивительно, что ни одна передача не удержалась от тиражирования матрешек и видов Собора Василия Блаженного. Коста-риканский *Revista Mundialista* начал с истории этого памятника — главного символа страны — свой первый выпуск [11]. Среди других популярных образов в передачах встречаются Спасская башня, двуглавый орел, карта России. А самым экзотическим, но опознаваемым образом стала кириллица: при этом отдельные таблички, надписи и объявления из разных городов России зачастую показывают без всякой связи с повествованием. В заставке коста-риканских передач использованы изображения шапки-ушанки, Зимнего дворца, Спасской башни, Собора Василия Блаженного, Кафедрального собора в Калининграде [11], а также Забиваки — талисмана, специально разработанного к ЧМ-2018.

С точки зрения стереотипов интересно и музыкальное сопровождение. В плейлист мексиканских репортажей вошли песни «Калинка» (она звучала чаще других), «Катюша», «Ой, полна, полна моя коробушка», «Во поле березка стояла», «Чунга-Чанга», марши с духовым оркестром. Неизвестные массовому слушателю композиции, сыгранные на баяне и балалайке, использовали в заставке журналисты *Revista Mundialista*; из популярных песен один раз прозвучала «Катюша». Для передачи Д.Марадоны музыка была написана специально, причем в ней преобладают еврейские и балканские мотивы, а главную партию исполняет скрипка [13]. В аргентинской передаче *Camino a Rusia* в качестве заставок прозвучали стилизованные

под русскую народную музыку композиции*, а главной «русской» мелодией авторы цикла сделали, как ни странно, «Венгерский танец № 5» Иоганнеса Брамса.

Представляя латиноамериканскому зрителю Россию, в студиях, как правило, начинали с информации о ее огромных размерах и природных богатствах. Для большей наглядности корреспонденты рассказывали, как долго добирались до Москвы, в которой оказалось три больших международных аэропорта [12]. Живущая в Мексике русская актриса и ведущая одного из трех циклов о России в рамках мексиканской программы *La Jugada del mundial* Ирина Баева шутила из Санкт-Петербурга, что из-за разницы в часовых поясах говорит со студией из будущего, и начинает свой рассказ с того, что Россия ассоциируется с холодом, снегом и серьезными людьми [15]. Телеведущая ориентировалась в репортаже на стереотипы россиян о самих себе: алкоголь, красивые женщины, танцы в кокошниках, баня, не приветливые люди и т.п.

Практически все циклы передач включали сюжеты из Москвы и Санкт-Петербурга. Аргентинцы, к примеру, этими городами и ограничились, а костариканцы также побывали в Калининграде и Сочи, подготовили удаленные репортажи из Волгограда, Нижнего Новгорода (их сборная играла в Санкт-Петербурге, Самаре и Нижнем Новгороде). Поездку по стране с самым большим охватом мест позволили себе мексиканцы: И.Баева показала зрителям *Televisa* Сочи, Самару, Ростов-на-Дону, Екатеринбург, а мексиканка Монсеррат Оливьер вывезла съемочную группу в Ханты-Мансийск, Тыву и на Алтай, а также в Северную Осетию и на Байкал. Из российских городов, принявших ЧМ-2018, латиноамериканцы обошли вниманием только Саранск.

Репортажи из городов обычно представляют собой обзор местных достопримечательностей с коротким экскурсом в историю. Только в случае Екатеринбурга ведущая ограничилась посещением ресторана, дискотеки и самого высокого в городе здания. Пересказ сюжетов из российской истории, как правило, был связан либо с необходимостью рассказать об архитектурном памятнике, либо с поиском интересных фактов о стране. Ввиду общей тенденции к сенсационности неудивительно, что из исторических личностей чаще всего упоминаются Сталин, Иван Грозный и Петр Первый. О последнем сообщается только то, что он — основатель Санкт-Петербурга, при этом репортерам удалось избежать клише об «окне в Европу» и каких-либо объяснений причин и обстоятельств строительства города. И это при том, что костариканцы называют северную столицу «гордостью Петра Великого» [11], а мексиканцы рассказывают легенду о медном всаднике [15].

Имя Ивана Грозного неизменно связывается с историей Собора Василия Блаженного. В программах рассказывают, что он был построен после завоевания Казани, но и этот исторический факт никак не поясняется. В одной из программ воспроизводится легенда об ослеплении зодчего [12], в другой утверждается, что храм был назван именем Василия Блаженного якобы потому, что он был единственным, кого боялся царь [11].

* Например, «Oh Motherland» группы *Sight of Wonders*, «Russian Winter» Дэрэка Фиштера.

Личности И.Сталина посвящено гораздо больше эфирного времени — ведь рассказ о событиях XX в. для неподготовленного зрителя и футбольного фаната звучит все же понятнее, не говоря уже об их большей — с точки зрения журналистики — сенсационности, в поисках которой Баева везет съемочную группу в музей «Бункер Сталина» в Самаре, а в другом выпуске рассказывает, что руководитель СССР интересовался черной магией, паранормальными явлениями и призраками [15]. Этот миф воспроизводят и костариканцы, которые говорят о сталинской даче в Сочи как о доме человека, страдающего тяжелой формой паранойи. *Revista Mundialista* сообщает, что «в вину диктатору ставят около 20 млн смертей, так что это немало противоречивый персонаж, которым в стране многие восторгаются». В заслугу Сталину ведущие также ставят его ключевую роль в большевистской революции [11] и превращение России в мировую державу. Если пренебречь вероятностью того, что съемочная группа черпала сведения из «Краткого курса истории ВКП(б)» 1938 г., можно предположить, что их главным источником был сотрудник музея, разделяющий соответствующую точку зрения.

Исторический миф преобладает над историческим фактом в большинстве передач, приуроченных к ЧМ в России. Даже события XX в. упоминаются редко и обычно в дополнение к информации для туристов. Костариканцы, например, в репортаже из Волгограда рассказывают о Сталинградской битве [11]. Про сражение только и говорят, что в нем за пять месяцев погибли около 2 млн человек, после чего сразу переходят к памятнику «Родина-мать зовет!». Не уточняются ни год, ни противник, ни причины, ни исход битвы и войны. При этом данное событие называют «очень важным для россиян». К слову, ни в одной программе не проводится различие между Россией и СССР. Обескураживающе звучит заявление в эфире о том, что 12 июня отмечается день обретения Россией независимости от СССР [11].

С точки зрения конструирования образа эти разрозненные и никак не объясняемые исторические события (завоевание Казани, основание Санкт-Петербурга, Сталинградская битва, принятие Декларации о государственном суверенитете) едва ли могли впечатлить латиноамериканского зрителя, разве что подспудно создавали ощущение большого размаха (основание больших городов, завоевания, крупнейшие в истории битвы, обретение независимости).

Небрежность телевизионщиков связана, с одной стороны, с неуместностью документалистики в видеоблогах для футбольных болельщиков, а с другой — с иным взглядом на историю как ценность у среднестатистического латиноамериканского телезрителя. И речь не только об общем культурном уровне, но и об особенностях менталитета. В этом смысле хорошим примером служит мексиканская съемочная группа, которая ничего не рассказывает о Революции 1917 г., Второй мировой войне, распаде СССР, зато посвящает сразу два выпуска осетинскому городу Даргавс — «городу мертвых», который обязательно привлечет внимание национального зрителя [17].

Нехватка знаний о России не позволяла создателям латиноамериканских передач отступать при изучении страны от собственного культурного фона; эти передачи больше напоминают эго-источник с поправкой на визу-

альный ряд. Неосведомленность аудитории не давала сформироваться и определенным ожиданиям, что в конце концов благоприятствовало созданию общего позитивного образа страны в глазах болельщиков. Эту тенденцию отмечают и европейские авторы [9; 10, с. 5]. Так, иностранцы были удивлены бережным отношением россиян к такому виду общественного транспорта, как метро. Приехав в Россию, латиноамериканцы искали дружелюбных и открытых людей — и находили их. Прохожие, которых журналисты встречали на Красной площади и Никольской улице, всегда были готовы пообщаться и оказать гостям помощь [16]. Характерно, что самые неприветливые и недоверчивые люди часто попадались именно русской ведущей Баевой, которая, хоть и вела программу по-испански, к прохожим обращалась по-русски [15]. Можно предположить, что это в равной степени объясняется как разницей в восприятии россиянами «своего» и иностранца, так и субъективностью русской телеведущей, настроенной тиражировать образ всеобщей «серьезности». Схожего эффекта добилась и костариканская журналистка Мария Хесус Прадо, которая рассказала, что русский переводчик в первый день просил ее поменьше улыбаться, «а то кажется, что Вы всех вокруг обнять и расцеловать готовы, а ведь Вы с ними не знакомы» [11]. Тем не менее впоследствии она признала, что россияне оказались очень приветливыми по отношению к ней.

Сложившимся в мире образом россиян как неулыбчивых людей можно объяснить и слова Д.Марадоны, который в программе *De la Mano del Diez* отметил, что ехал в Россию, ожидая, что местные жители будут презрительно относиться к нему и другим гостям из Латинской Америки и смотреть на них свысока. Реальность оказалась совершенно иной, и Диего отметил уважение, сердечность и доброжелательность граждан России. С его мнением был согласен и президент Боливии Эво Моралес (2006—2019), посетивший нашу страну в первые дни чемпионата [13].

Стоит отметить, что в латиноамериканских репортажах, как правило, не было места ангажированности. С точки зрения политических оценок интересны циклы *Revista Mundialista* и *De la Mano del Diez*. Костариканцам из студии *Teletica* объясняли, что у Москвы были проблемы с Евросоюзом и США, в связи с чем российский президент Владимир Путин, возможно, использует ЧМ как способ отвлечь внимание общественности от конфликтов на международном уровне и улучшить имидж России. Стремясь к объективности, костариканцы также процитировали оппозиционного политика Дмитрия Гудкова, сказавшего, что для формирования позитивного имиджа страны правительству не следовало бы вмешиваться в военные конфликты и в президентские выборы в США [11].

Программа Д.Марадоны была подготовлена совместно с венесуэльским каналом *Telesur*, придерживавшимся линии, заданной президентом Уго Чавесом (1999—2013). Этот цикл показывали и по другим каналам региона, и появление в разных выпусках леворадикальных президентов Венесуэлы Николаса Мадуро (2013 — н/в) и Боливии Э.Моралеса стало для многих телезрителей неприятным сюрпризом и породило волну возмущения в соцсетях и прессе. Называя себя политическим «левшой до мозга костей», Марадона и его высокие гости хвалили за прекрасную организацию ЧМ

лично В.В.Путина [13]. Однако в свете ситуации в латиноамериканском регионе и полярных оценок венесуэльского и боливийского режимов сложно оценить, насколько для имиджа России и ее руководства были полезны дифирамбы аргентинской футбольной легенды.

Впрочем, похвалы из уст Марадоны на этом и закончились: российская сборная, несмотря на небывалый успех, их так и не дождалась. *De la Mano del Diez*, как и другие передачи региона, интересовались в первую очередь выступлением латиноамериканских команд [13]. Зато в рамках футбольных сюжетов внимание привлекла специально выстроенная инфраструктура. Такие объекты, как «Самара-Арена» и стадион «Санкт-Петербург», ведущие сравнивали с космическими кораблями [11]. При этом было упомянуто, что Самара — центр аэрокосмической промышленности [11].

Практичные аргентинцы ориентировались на болельщиков, планирующих приехать на чемпионат [24], поэтому значительную часть эфира посвятили советам о том, как не заблудиться в городах и как пользоваться местной инфраструктурой и связью. Сюжеты о культурном наследии ограничились упоминанием достопримечательностей из списка ЮНЕСКО в Москве и Санкт-Петербурге [12].

Мексиканцы как ценители гастрономии изучили русскую кухню, посетили мексиканские рестораны в России и привезли свои блюда, чтобы их попробовали россияне [15, 16, 17]. Они также подчеркнули величие российских театров [15] и посетили мастер-классы по народному русскому танцу, которые, впрочем, казались постановочными [15, 16].

Коста-риканских корреспондентов больше всего поразили метро и городская инфраструктура в целом; причем больше, чем мрамор и позолота «дворцов для народа» их удивила чистота, несмотря на пассажирский поток, достигающий 8 млн человек в день: «Вот что нам, костариканцам, следует понять: общественный транспорт — для всех, его надо беречь. Это вопрос культуры, воспитания и ответственности» [11]. Если костариканцы видели в России пример для подражания, то мексиканцы с удовольствием находили общие черты. В частности, Баева подготовила специальное видео, в котором рассказала, что русские, как и мексиканцы, отличаются гостеприимством, любят много и вкусно поесть и шумно веселятся [15]. Аргентинцы же даже в мелочах оценивали Россию с позиции «у них, как у нас» (а не «у нас, как у них») [12], и ничему особенно не удивлялись.

В целом следует отметить, что латиноамериканцы оценили доброжелательность россиян, внешний блеск театров и метро, красоту достопримечательностей и в целом размах мероприятия и порядок. При этом они не вдавались в подробности нашей истории и не придавали значения многополярному подходу российской внешней политики. Можно утверждать, что изменения образа России в глазах жителей Нового Света, вероятно, не произошло, так как у массового зрителя его, как такового, и не было. Пожалуй, Россия так и осталась для региона *terra incognita*, но при этом стала немного ближе и вызвала больше любопытства.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. Васькин А.А. «Ради дружбы, ради братства». *Историк: журнал об актуальном прошлом*. М., 2017, №№ 7, 8, сс. 118–123. [Vas'kin A.A. "Radi druzhby, radi bratstva". ["For friendship, for brotherhood"] *Istoriik: zhurnal ob aktual'nom proshlom*. Moscow, 2017, N 7–8, pp. 118–123 (In Russ.).]
2. Егоров В.Е. XII Всемирный фестиваль глазами зарубежных участников и гостей. М., Изд-во агентства печати «Новости», 1986, 39 с. [Egorov V.E. XII Vsemirnyj festival' glazami zarubezhnykh uchastnikov i gostej. [XII World Festival through the eyes of foreign participants and guests.] Moscow, Izd-vo agentstva pečhati "Novosti", 1986, 39 p.]
3. Зеверт Д. Новые материалы к изучению подготовки и проведения VI Всемирного фестиваля молодежи и студентов 1957 г. *Вестник архивиста: информационный бюллетень*. М., 2018, № 2, апрель–июнь, сс. 550–563. [Zevert D. Novye materialy k izucheniju podgotovki i provedeniya VI Vsemirnogo festivalja molodezhi i studentov 1957 g. [New materials for the study of the preparation and conduct of the VI World Festival of Youth and Students in 1957] *Vestnik arhivista: informacionnyj bjulleten'*. Moscow, 2018, N 2, pp. 550–563 (In Russ.).]
4. Мое сердце с тобой, фестиваль: воспоминания участников VI и XII Всемирных фестивалей молодежи и студентов (Москва, 1957, 1985). Чебоксары, Изд-во Чувашского ун-та, 2017, 103 с. [Mojo serdce s toboj, festival': vospominaniya uchastnikov VI i XII Vsemirnyh festivalej molodezhi i studentov (Moskva, 1957, 1985). [My heart is with you, festival: memories of participants of the VI and XII World festivals of youth and students (Moscow, 1957, 1985)] Cheboksary, Izd-vo Chuvashskogo un-ta, 2017, 103 p.]
5. Хорошева А.В. Песню дружбы запевают молодежь: Фестиваль молодежи и студентов 1957 г. в Москве. *Живая история*. М., 2016, № 3 (10), сс. 32–37. [Horosheva A.V. Pesnju druzhby zapevaet molodezh': Festival' molodezhi i studentov 1957 g. v Moskve. [Youth song sings youth: Festival of Youth and Students in 1957 in Moscow.] *Zhivaja istorija*. Moscow, 2016, N 3 (10), pp. 32–37 (In Russ.).]
6. Astruc C. Une victoire opportune. La Coupe du monde 1970 et l'image du Brésil à l'étranger. *Dans Monde(s)*, 2019, N 1 (15), pp. 193–211.
7. Kesic J. National identities at the 2018 World Cup in Russia. *Imagologica.eu*, 2018, Available at: <https://imagologica.eu/banaletnotyping> (accessed 25.10.2019).
8. Müller M. How mega-events capture their hosts: event seizure and the World Cup 2018 in Russia. *Urban Geography*, 2017, vol. 38, N 8, pp. 1113–1132.
9. Warwick T. Apathy, hooliganism, and bleak provincial towns: Russia 2018 and England 1966. *History Workshop Online*. Available at: <http://www.historyworkshop.org.uk/apathy-hooliganism-and-bleak-provincial-towns-russia-2018-and-england-1966/> (accessed 25.10.2019).
10. Wiśniewska, I., Rogoża, J.: The 2018 FIFA World Cup in Russia — circuses instead of bread? *OSW Commentary*, 2018, N 286, pp. 1–8.
11. Revista mundialista. Available at: <https://www.teletica.com/deportes/futbol/mundial/revista-mundialista> (accessed 25.10.2019).
12. Camino a Rusia. Available at: http://www.litustv.com.ar/?page_id=10025 (accessed 25.10.2019).
13. De la Mano del Diez. Available at: <http://delamanodeldiezmaradona.telesurtv.net/> (accessed 25.10.2019).
14. La Jugada del Mundial. Available at: <https://www.tudn.mx/en-vivo/programas-en-vivo/la-jugada> (accessed 25.10.2019).
15. La Jugada del Mundial: De vuelta en Rusia. Available at: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLEw7maxCZrWm129NwzicyKEkRa6rAn8Wg> (accessed 25.10.2019).
16. La Jugada del Mundial: El Diario Mundialista con Ana Caty. Available at: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLEw7maxCZrWlZRDro-SJduxscQftsmyq0> (accessed 25.10.2019).
17. La Jugada del Mundial: Monserrat en Rusia. Available at: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLEw7maxCZrWkiLWPGNVLbftSraRZB4yVo> (accessed 25.10.2019).
18. Copa Mundial FIFA, Rusia 2018. Available at: <https://gol.caracoltv.com/copa-mundial-fifa-rusia-2018> (accessed 25.10.2019).

19. 2018 FIFA World Cup Russia: Global broadcast and audience summary. Available at: <https://resources.fifa.com/image/upload/2018-fifa-world-cup-russia-global-broadcast-and-audience-executive-summary.pdf?cloudid=njqsntvrvdq8ho1dag5> (accessed 25.10.2019).

20. White P., Tartaglione N. World Cup To Kick Off With TV Audience Of 3.4B Expected. 13.07.2018. Available at: <https://deadline.com/2018/06/world-cup-to-kick-off-with-tv-audience-of-3-4b-expected-to-watch-deadlines-guide-to-the-soccer-tournament-1202407211/> (accessed 25.10.2019).

21. Televisa Deportes líder de audiencia en el partido México vs. Alemania. 18.06.2018. Available at: <https://www.televisa.com/sala-de-prensa/corporativo/1036374/televisa-deportes-lider-audiencia-partido-mexico-vs-alemania-/> (accessed 25.10.2019).

22. Televisa Deportes, líder indiscutible del Mundial Rusia 2018. 16.07.2018. Available at: <https://www.televisa.com/sala-de-prensa/corporativo/1036838/televisa-deportes-lider-indiscutible-del-mundial-rusia-2018/> (accessed 25.10.2019).

23. El programa de Maradona durante el Mundial 2018: días, horarios y cómo verlo por TV y online. 13.06.2018. Available at: <https://www.goal.com/es/noticias/el-programa-de-maradona-durante-el-mundial-2018-dias/1x8nke2nqi8e21j4colhghv04r> (accessed 25.10.2019).

24. Топ-10 стран иностранных туристов Чемпионата Мира 2018. *Turstat*, 19.04.2018 [Top-10 stran inostrannyh turistov Chempionata Mira 2018 [Top 10 Countries of Foreign Tourists of the World Cup 2018]. *Turstat*, 19.04.2018 Available at: <http://turstat.com/foreigntravelworldcup2018> (accessed 25.10.2019) (In Russ.).

Kristina R. Buynova (pragamia@gmail.com)

Candidate of Sciences (History), Senior lecturer at MGIMO University.

76, Prospect Vernadskogo, 119454 Moscow, Russian Federation

Russia's image in Latin America during the 2018 FIFA World Cup. Based on regional television broadcasts dedicated to the World Cup 2018 in Russia

Abstract. The article explores the image of Russia created for Latin American viewers by regional television channels during the 2018 FIFA World Cup. The work is an imagological study based on voluminous material (cycles of entertaining and informational programs dedicated to the event and the host country) using audio-visual analysis, systemic method and structural-functional analysis. Replicated stereotypes, including audiovisual ones, are studied, as well as the main topics that cause the viewer's attention.

Key words: imagology, image of Russia, World Cup, stereotypes, Latin America.

DOI: 10.31857/S0044748X0008396-4

Received 28.10.2019.