

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра политических наук

«Особенности освещения отношений России и Германии в контексте вопроса
о присоединении Крыма»

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 421 группы

направления подготовки политология

41.03.04 юридического факультета

Поляковой Анастасии Валерьевны

Научный руководитель

профессор, доктор п.н. Шестов Николай Игоревич

Заведующий кафедрой

доктор п.н Вилков Александр Алексеевич _____

Саратов 2017 год

I. Общая характеристика работы

Актуальность темы исследования. Международные отношения всегда привлекали к себе много внимания. Особенно если это отношения государств имеющих большой вес на международной арене. А Российская Федерация и Германия, несомненно, являются одними из ведущих стран мира. И их взаимоотношения определённо будут оказывать влияние на другие страны. И поэтому, я считаю, что этот вопрос достоин изучения.

Важную роль в отношениях двух государств играют средства массовой информации. В силу своей деятельности, они влияют на дальнейшее развитие ситуации, на то, как эта ситуация будет восприниматься у граждан той или иной страны. От того, как будет преподнесена информация, зависит и то, какое будет отношение к ситуации.

События, которые происходили в Крыму и отношения, складывавшиеся у России и Германии преподносились разными средствами массовой информации по-разному. Некоторые немецкие СМИ занимали антироссийскую позицию и осуждали поведение России настраивая жителей своего государства против неё. В то же время наши СМИ писали много нелицеприятных статей сторону Германии, пользуясь своей возможностью переводить не совсем достоверно слова немецких лидеров и средств массовой информации, тем самым негативно настраивая наших граждан против Германии и всей Европы в целом.

То, что СМИ, могут по-разному преподносить информацию, определённо может быть фактором конфликтной ситуации между Россией и Германией. То есть, не только национальные различия этих стран, но и недостаточная, или недостоверная информированность сторон о политической позиции друг друга служит причиной конфликта между государствами. Для того, что бы лучше разобраться в проблематике отношений России и Германии, следует изучить проблемы средств массовой

информации и их влияния на формирование общественного мнения и проблематику коммуникативного менеджмента.

С развитием общества и технологий, увеличилось влияние и важность СМИ в формировании общественного мнения. Появилось большее количество источников, через которые мы можем получать информацию. СМИ выполняют функцию информирования общества. Она заключается, в нахождении информации, и её подачи обществу, удовлетворении его потребности в информации.

Степень научной разработанности проблемы. Принято считать, что начало изучения массовой коммуникации заложил немецкий социолог М.Вебер¹. Который является основоположником понимающей социологии и теории социального действия. Он аргументировал обязательность изучения прессы в социологическом аспекте, метод анализа прессы, обратив внимание на направленность периодической печати на различные социальные структуры и складывание личности, высказал требования, которым должен соответствовать журналист.

В последние годы проблемами средств массовой информации занимались такие авторы, как: Вилков А.А. , Некрасов С.Ф., Россошанский², Лунцова³Н.Р эти авторы в своих работах рассматривали СМИ в политическом процессе, их влияние и функциональность. О современном понимании журналистики и её власти писали А.В. , Прозоров⁴ В.В.,

¹ Вебер М. Класс, сословие, партии (фрагменты). – Личность. Культура. Обществе 2003, Вып. 1–2 (15–16). – М. 2003, – С. 140

² Политическая функциональность современных российских СМИ : монография / Вилков А.А., Некрасов С.Ф., Россошанский А.В. Издательский центр «Наука», 2011. – 268с.

³ Лунцова Н.Р. Функционирование СМИ в политическом процессе (на материале федеральных печатных СМИ) : Диссертация / Екатеринбург: УФУ - 2003 – 145с.

⁴ Прозоров В.В. Власть современной журналистики, или *СМИ наяву: монография* / Саратов. СГУ, 2004. 240 с.

Вартанова⁵ Е.Л., Гольцов⁶ И.А. занимался изучением образов политиков в СМИ. Брайант, Дженнингз, Томпсон, Сузан⁷, Фомичёва⁸ И.Д., Вычуба Г.С., и Фролова⁹ Т.И., Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон¹⁰ Т. занимались изучением основ проблематики СМИ, выдвижением теорий и основ взаимодействия.

Популярные теории в проблематике коммуникативного менеджмента принадлежат таким знаменитым учёным, как Леон Фестингер¹¹ (теория когнитивного диссонанса); Эрвинг Гофман¹² (теория управления впечатлениями), Абрахам Маслоу¹³ (теория коммуникативных потребностей), Ричард Эмерсон¹⁴ (теория социального обмена), Теодору Ньюкому¹⁵ (теория коммуникативных актов), Перси Танненбауму (теория конгруэнтности).

⁵ Вартанова Е.Л. О современном понимании СМИ и журналистики//Медиаскоп, 2010, №1. . Доступно на: URL: <http://www.mediascope.ru/node/521> (режим доступа -свободный).

⁶ Гольцов И.А. Образ российского политика в зарубежных СМИ и в российских СМИ. Новый Университет. Серия: Актуальные проблемы гуманитарных и общественных наук. 2012. № 5. с. 84-90.

⁷ Основы воздействия СМИ : Учебник / Брайант, Дженнингз, Томпсон, Сузан; Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. — 432 с.

⁸ Фомичева И. Д. Социология СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / И. Д. Фомичева. — М.: Аспект Пресс, 2007. — 335 с.

⁹ Проблематика периодической печати: Учеб. пособие / Под ред. Г.С. Вычуба и Т.И. Фроловой. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2008. – 112 с.

¹⁰ Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. – М.: Национальный институт прессы, ВАГРИУС, 1998. – 223 с.

¹¹ Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса = A theory of cognitive dissonance / Пер. А. Анистратенко, И. Знаешева. — СПб.: Ювента, 1999.

¹² Гофман И. Г Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ, и вступ. статья А. Д. Ковалева — М.: «КА-НОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. — 304 с.

¹³ Maslow A. H. Motivation and Personality. — New York: Harpaer & Row, 1954.

¹⁴ Emerson R. M. Exchange theory. Pt I: A psychological basis or social exchange / Ed. J. Berger et al. Sociological theories in progress. Boston, 1972. V. 2

¹⁵ Newcomb T. M. An Approach to the Study of Communicative Acts//Psychological Review. V. 60. 1953.

Osgood C. E., Tannenbaum P. The Principle of Congruity in the Prediction of Attitude Change//Psychological Review. V. 62. 1955.

В современности коммуникативный менеджмент изучался: Крыловым¹⁶ А.Н., Орловым¹⁷ А.С., Пашенцевым¹⁸ Е.Н., они изучали основы коммуникативного менеджмента. А проблематика коммуникативного менеджмента в современной России изучались Коротковой¹⁹ С.В., Бодиной²⁰ Ю.Н и т.д.

Основой работы, является дискурсивный анализ. Проблематикой политического дискурса СМИ занималась Никитина К.В.²¹ Рассмотрением Российско-Германского дискурса в немецких СМИ занималась Вороненкова Г.Ф.²²

Цель дипломной работы: изучить тенденции формирования дискурсов российско-германских отношений в СМИ.

Исходя из цели работы, можно выделить следующие задачи:

- выявить тенденции освещения в периодических СМИ России и Германии отношений России и Германии до присоединения Крыма к России
- выделить тенденции освещения отношений России и Германии, после присоединения Крыма к России, в периодических СМИ России (Российская газета и Коммерсантъ)

¹⁶ Крылов А. Н. Коммуникационный менеджмент. Теория и практика взаимодействия бизнеса и общества. 2-е изд. – М.: Издательство «ИКАР», 2015. -352 С

¹⁷ Орлов А. С. Введение в коммуникационный менеджмент. – М.: Гардарики, 2005. – 368 с

¹⁸ Пашенцев Е. Н. Коммуникационный менеджмент и стратегическая коммуникация. Современные технологии глобального влияния и управления. – М.: Международный центр социально-политических исследований и консалтинга, 2014. - 480 с

¹⁹ Короткова С.В. Коммуникативный менеджмент: перспективы развития в современной России./ Актуальные проблемы социально-экономического развития СКФО – 2014 – Ставрополь – С. 313-316.

²⁰ Бодина Ю.Н. Коммуникативный менеджмент его роль и значение. / Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук – 2013 – Номер 12-1 – Москва – С.229-232

²¹ Никитина К.В. «Политический дискурс СМИ и его особенности, создающие предпосылки для манипуляции общественным сознанием» /Управление общественными и экономическими системами. – 2006 – Номер 2 – Уфа – С.8

²² Вороненкова Г.Ф. «Российско-Германский дискурс в немецких СМИ» / Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия. – 2016 – Москва – С.31-34

- выделить тенденции освещения периодических немецких СМИ (Die Welt и Der Spiegel) политических процессов в Крыму и России
- показать, как повлияло присоединение Крыма к России на характер освещения отношений между Россией и Германией

Объектом исследования являются **периодические** СМИ России и Германии.

Предметом исследования являются **позиции** периодических СМИ России и Германии.

Методы используемые при выполнении выпускной квалификационной работы:

Метод контент анализа — для выявления частоты и динамики упоминания отношений России и Германии в СМИ.

Метод дискурсивного анализа – использовался для определения соотношения позитивных и негативных образов государств и их лидеров в СМИ.

Прогностический метод – метод прогнозирования дальнейшего развития конфликта, либо его завершения.

Для написания данной работы использовались такие периодические издания:

«Российская газета»²³ - официальное печатное издание правительства России.

«Коммерсантъ»²⁴ - общественно- политическая газета, с большим тиражом.

«Die Welt»²⁵ - крайне влиятельная ежедневная немецкая газета.

«Der Spiegel»²⁶ - имеет большую аудиторию и признаётся одной из влиятельнейших газет по формированию общественного мнения в Германии.

²³ Веб-версия издания «Российская газета» // URL Режим доступа: <https://rg.ru/>

²⁴ Веб-версия издания «Коммерсантъ» // URL Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/daily>

²⁵ Веб-версия издания «Die Welt» // URL Режим доступа: <https://www.welt.de/>

²⁶ Веб-версия издания «Der Spiegel» // URL Режим доступа: <http://www.spiegel.de/>

Я постаралась выбрать по два издания из каждой страны, которые были бы максимально разными по политическим взглядам, и воспринимались, как достоверные источники, что бы более наглядно провести сравнительный анализ, не опираясь на недостоверные новости. Выбранных изданий будет достаточно, для того, что бы подробно разобраться в проблематике освещения отношений России и Германии.

II. Основное содержание работы

Структура дипломной работы соответствует поставленным исследовательским задачам.

В первой главе «**Основные тенденции российско-германских отношений в освещении СМИ до присоединения Крыма к России**» проводится анализ основных тенденций, которые присутствовали в освещении отношений России и Германии в СМИ, до присоединения Крыма к России.

Первый параграф посвящён российским средствам массовой информации. Тому, как они описывали взаимоотношения двух государств, и как на них влияли происходящие события. Условно первый параграф можно разделить на две части: первая – это освещение отношений России и Германии в период, когда канцлером был Герхард Шрёдер. Тогда, в отношениях наших государств был самый продуктивный и дружественный период. Вторая же часть – взаимоотношения государств, когда канцлером Германии была избрана Ангела Меркель, и как её настороженная политика повлияла на выстраивание взаимоотношений.

Во втором параграфе, рассматривались СМИ Германии, как они описывали происходящие между двумя государствами отношения. Хочется отметить, что манера описания отношений наших государств менялась за этот период несколько раз, не координально, но заметно. Можно условно выделить несколько этапов:

1) Канцлер Германии – Герхард Шрёдер. Связан этот этап с положительными настроениями в СМИ по отношению к России.

2) Канцлер Германии – Ангела Меркель. В СМИ всё больше появляется критика Владимира Путина и политического режима в Российской Федерации. Этот этап можно разделить на 3 части:

а) Второй срок Путина – Критика президента.

б) Президент – Дмитрий Медведев. СМИ Германии, не столь критично настроены в адрес нового президента России и количество негативных статей заметно уменьшается.

в) Переизбрание Путина на третий срок. Усиление негодования СМИ по поводу режима в России.

Во второй главе, мы перешли к основной проблеме данной работы – как изменилось описание отношений России и Германии в СМИ, после присоединения Крыма к России.

В первом параграфе мы снова обратились к Российским средствам массовой информации. И обратили внимание, на то, что сразу после оговорённого события, никаких заметных изменений не прослеживаются. СМИ уделяют внимание сотрудничеству России и Германии и попыткам настроить диалог, этому уделяется значительная часть новостной ленты. Однако, со временем и нежеланием немецкого канцлера признавать правомерность действий России, дискурс меняется и теперь значительная часть статей связанных с Германией, сводится к критике позиции немецкого канцлера. Стоит отметить, что критика носила весьма сдержанный и официальный характер, без применения гневных эпитетов в адрес Канцлера Германии.

А вот позиция немецких СМИ, ясна и понятна с первых часов, после присоединения Крыма к России. При достаточно конструктивном и объективном описании происходящих событий, они умело выстраивают критику в адрес России, иногда всё же «жертвуя» полной достоверностью. В немецких изданиях выстраивается образ России, как агрессора, который нарушил все международные права и присвоил себе часть чужого, суверенного государства. И с помощью умелых манипуляций, убедил жителей Крыма, в том, что они сами этого хотели. А главным злодеем, конечно же, выставлялся президент России. Но, следует отметить, что наравне с критикой, представители немецкой медиа структуры, признают, что

с Россией нужно считаться и необходимо урегулировать конфликт мирным путём.

Большая часть информационной повестки СМИ Германии принадлежит критике России и проводимой её президентом политики. Журналисты вводят понятия «Путинская Россия», «Хозяин Кремля», «Псевдодемократия», эти и многие другие выражения характеризуют Россию в немецких средствах массовой информации.

Так же немецкие журналисты, говоря о защитниках России, всегда выступают с их критикой. «Путинопониматели» - саркастично упоминаются те в статьях изданий. Но на это можно даже не обратить внимание, так как их упоминание встречается крайне редко.

В заключении подведены итоги исследования и представлены окончательные выводы обобщающего характера.

Россия и Германия одни из самых влиятельных государств мира, которые связывает очень насыщенная история. Но на протяжении истории, они всегда были достаточно близки, переживая все взлёты и падения в сотрудничестве между ними. И вот сейчас, наши страны переживают очередной кризис взаимоотношений, вызваны присоединением Крыма к России, а точнее не принятием данного факта Германией и нежеланием сдавать своих позиций Россией.

В ходе дипломной работы были изучены основные тенденции в освещении отношений между нашими государствами в 21 веке, до присоединения Крыма к России и после. Основной задачей было выявить различия (если таковые были) в дискурсах СМИ до и после события.

Рассматривая первый период, мы можем прийти к выводу, что основной тенденцией для первого отрезка времени в Российских СМИ были дружественные настроения к Германии. Издания не раз подчёркивали важность развития сотрудничества, писали о Германии в положительном ключе, заостряли внимание на важности Германии на международной арене.

В немецких же СМИ, наравне с признанием России, как важного стратегического партнёра, часто публиковались статьи с критикой режима России и её президента. Часто говорили о её авторитаризме и не демократичности, особенно это приобрело популярность после смены Канцлера Германии. Когда место дружественного Герхарда Шрёдера, заняла Ангела Меркель.

В ходе изучения работы можно прийти к выводу, что основной тенденцией была негативизация образов оппонентов с обеих сторон. Хотя стоит отметить, что в российских средствах массовой информации она произошла значительно позже, нежели в немецких. И была связана с упрямостью Канцлера Германии и её нежелания понимать и принимать Российскую позицию. Выражением, недовольства СМИ стало значительное сокращение упоминаний о Германии в лентах новостей изданий.

А вот средства массовой информации Германии, не стали долго ждать и сразу же стали публиковать негативную информацию в адрес России. А если быть точнее, обвинения в агрессии на суверенное государство. Как и их канцлер СМИ отказывались признавать правомерность действий России. Тем самым продолжая «демонизировать» образ России.

Подавляющее количество статей было связано с выстраиванием образов – Путин-диктатор, Россия-агрессор. Для закрепления этих образов в головах граждан Германии, журналисты использовали громкие названия для статей, большое количество разнообразных эпитетов и множественное повторение. В каждой второй статье встречалось упоминание о путине-агрессоре. Который является главной проблемой России и всего миропорядка.

Подводя итог, можно сказать, что присоединение Крыма к России привело к своеобразной «войне» в СМИ, с обеих сторон. И немецкие и российские медиаресурсы перешли к обвинениям в адрес лидеров страны

оппонента. Однако, стоит отметить, что несмотря на все обвинения, в обеих странах средства массовой информации убеждены в необходимости диалога и урегулирования конфликта мирным путём.

Роль СМИ очень велика, в современном информационном мире, не зря их называют «четвёртой властью». Мы рассмотрели, как они могут формировать общественное мнение в государстве. А значит, что у средств массовой информации есть достаточное количество ресурсов, что бы хотя бы попробовать решить конфликт. Попытаться помочь лидерам двух стран услышать друг друга, без лишней «мишуры». Да, лидеры встречаются и общаются между собой, но заранее настроенные на приверженность одной позиции, они просто не слышат друг друга, как иначе можно объяснить отсутствие конструктивных решений ситуации, при таком количестве дипломатических переговоров.

А именно средства массовой информации, могут стать тем связующим звеном, которое поможет решить обострившуюся ситуацию между странами. Нужно только захотеть, и выработать стратегию, с помощью которой они будут действовать. Но для этого, нужно отбросить свои предрассудки и личную выгоду, что бы разрешить конфликт, а сделать это порой бывает крайне затруднительно.

Но помочь здесь может общественное мнение, ведь не смотря на, всю пропаганду, граждане Германии и России, всё ещё положительно настроены на сотрудничество между странами, и признают его необходимость. И может этот фактор, послужит тем «рычагом», который поможет договориться СМИ, а они уже в свою очередь помогут договориться высшему руководству стран.