

Секция «Политико-психологические особенности политических процессов в современной России и в мире»

Основные тенденции изучения образа России в немецкоязычных онлайн-медиа с 2014 г.

Научный руководитель – Зверев Андрей Леонидович

Юргенс Мария

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра социологии и психологии политики, Москва, Россия

E-mail: jurgensmasha@gmail.com

Исследования образа России в немецкоязычных онлайн-медиа стали появляться в 2014 году, в связи с доминированием негативной повестки в западных медиа. Однако вопрос о характере российско-германских отношений в медиа стали поднимать еще в начале 2000-х годов. В первую очередь, как пишут К. Бастиан и Р. Гётц [1], когда речь идет об освещении деятельности России в Германии, недостаточно смотреть только на современное положение дел, поскольку образ страны, будь то друг или враг, в решающей степени формируется ее историческим развитием. Отношения между Россией и Германией - пример традиционной модели отношений «любовь-ненависть», что активно демонстрируют немецкие СМИ.

Вышеупомянутый комментарий подтвердился опросом, проведенном компанией Forsa в 2007 году. В рамках опроса 84 процента немцев в то время считали, что в немецком представлении о России преобладают предрассудки. 49% высказали мнение, что немецкие СМИ не объективно и не точно освещают ситуацию в России, а 44% заявили, что они создают заведомо негативное впечатление. Более половины респондентов были уверены, что события в России не освещались в Германии достаточно подробно и дифференцированно [2].

В своей статье «Образ России в немецких электронных СМИ» О.А. Сосой проводит анализ публикаций в немецких изданиях с конца 2014 года по начало 2015 года [3]. Эта работа является одной из первых в рамках изучения образа России в электронных немецкоязычных СМИ. Автор анализирует преобладающую массу негативных комментариев и приходит к выводу о том, что с 2014 года пошла резкая негативизация образа России.

М. Ю. Свинкина рассматривает в своей статье «Геополитический образ России в медиадискурсе Германии» основные аспекты конструирования образа России в немецкой авторитетной прессе. В качестве методологии выбрана одна из политико-психологических, которая фокусируется на параллели «свои/чужие». В работе также рассматривается концепция форенизации (характеристика подчеркивающая дистанцирование), которая помогает наглядно выделить направленность вектора по шкале «свои/чужие» (или «друг/враг». Автор приходит к выводам, что основой подачи медиаобраза России является «доминирующая форенизирующая стратегия алиенации с преобладанием тактики угрозы», что, в очередной раз» представляет образ России в негативном ключе.

Последующие релевантные исследования были в 2020 году. Авторами О.С. Ярмач, З.С. Савиной и А.С. Цепковой был проведен сравнительный анализ образа России в медиaproстранстве Германии Франции [4]. Авторы исследовали образ России в рамках пятилетнего периода (2014-2018), ссылаясь на внешнеполитический кризис 2014 года. В рамках теоретико-методологической базы была выбрана концепция трансцендентной иллюзии, которая объясняет действительность как выдуманное пространство, что впервые применялось к

исследованию образа России в немецкоязычном медиа-пространстве. В заключение авторы приходят к выводам, что несмотря на негативные особенности характеристики образа России того временного периода, в СМИ сохраняется позитивная динамика по отношению к России и русским в целом.

О.С. Дайнека рассматривает образ и медиаобраз России в рамках формируемого средствами массовой информации политического поля. Дайнека прибегает к набору четырех методик изучения образа России в немецких СМИ, первой из которых является классическая методика - работа с эмоциональной составляющей для оценки коннотативной содержательности образа. Вторая характеристика основывается на лингвистических особенностях изучаемого материала. Третья - предполагала работу с респондентами, а четвертая - многофакторный 7-шкальный опросник. Сконцентрировавшись на особенностях медиаобраза, О.С. Дайнека, как и вышеописанные авторы, выделяет крайне негативные установки в исследуемых материалах относительно образа России [5]. Негативная окраска эмоционального образа России в немецких медиа, как итог, не предполагает дальнейшего выстраивания партнерских отношений между этими странами, тем самым закрепляя негативный настрой в сознание граждан.

Источники и литература

- 1) Vgl. Katrin Bastian/Roland Götz, Unter Freunden? Die deutsch-russische Interessenallianz, in: Blätter für deutsche und internationale Politik, (2005) 5, S. 583–592.
- 2) Lifepr: http://www.lifepr.de/attachment/27442/PI_forsa_Unsere_Russen_de.pdf.
- 3) Сосой О.А. Образ России в немецких электронных СМИ // Верхневолжский филологический вестник. 2015. №3.
- 4) Цепкова, А. С. Образ России в медиапространстве Германии и Франции / А. С. Цепкова, З. С. Савина // Dictum - Factum: от исследований к стратегическим решениям. 2020. № 1. С. 62-67.
- 5) Дейнека О.С. Образ и медиаобраз россии в сознании немецких граждан на фоне усиления радикальных установок в обществе // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. №12 (92).