

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

На правах рукописи

Кафедра политических наук

**Особенности освещения внешней политики России в немецкой прессе
(на материалах газет «Die Welt» и «Die Tageszeitung» за 2014-2016 гг.).**

Фрейминг- и прайминг-анализ

АВТОРЕФЕРАТ

магистерской работы

студента 3 курса 370 группы

Направление подготовки 41.04.04 «Политология»; «Государственная
политика и управление»

юридического факультета

Карповой Елены Алексеевны

Научный руководитель:

доцент кафедры политических наук,

к.п.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

« ____ » _____ 20 ____ г.

_____ / А.А. Казаков
(подпись) (инициалы, фамилия)

Заведующий кафедрой

профессор, д.п.н.

должность, уч. степень, уч. звание

« ____ » _____ 20 ____ г.

_____ / А.А. Вилков
(подпись) (инициалы, фамилия)

Саратов 2019

Актуальность. В условиях нестабильной трансформации международной арены, позиций и статуса ее игроков одним из способов достижения власти является пресса. Несмотря на журналистский кодекс, где обозначается, что отношение к любым описываемым в репортажах событиям должно быть максимально нейтральным и объективным, здесь происходит основная манипуляция сознанием путем выгодной для той или иной страны либо издания интерпретации фактов.

В кризисные политические периоды важным является сплочение общества, создание нужной реакции. Именно для этого и используются методы политического управления, которые путем манипулятивного воздействия на массовое сознание будут оказывать необходимое, выгодное воздействие.

Одними из таких методов являются фрейминг и прайминг. Выдвигая «важные» позиции и замалчивая «не важные», журналисты как одни из главных акторов политического процесса формируют повестку дня. По сути, используя фреймирование текста, журналисты не просто диктуют массовому читателю, о чем думать, но и «подсказывают», как думать, зачастую прибегая к корреляции актуальных событий с событиями прошлого (в основном, Второй мировой войной). Прайминг же является «преднастройкой», «подготовкой» к получению определенного потока информации. Как правило, использование прайминга помогает вызвать у читателей «нужные» эмоции, обращение к которым позволяет «не разворачивать» аргументацию относительно событий.

Внешнеполитическая деятельность государства взаимосвязана и напрямую зависит от политического лидера, который руководит страной, его позиции по наиболее важным вопросам. При этом следует понимать, что позиция лидера государства зависит от его личностных характеристик, профессиональных качеств и т.д. Ситуация, сложившаяся в 2014-2016 гг., является ярким тому подтверждением. Именно в этот период имидж лидера

РФ оказался наиболее востребованным и актуализированным мировыми СМИ, в том числе и прессой Германии. Манипулирование фактологическим материалом по внешней политике России и роли российского президента в этом процессе представляется стратегически обусловленным направлением по подмене истории в сознании немецких граждан.

Актуализация изучения фреймов и прайминг-эффектов по внешнеполитической деятельности именно в немецкой прессе связана с тем, что резко уменьшилось количество людей, лично знающих историю Второй мировой войны и истинную роль советского государства в этом событии. Более молодое поколение (особенно поколение миллениума) формируют свои в основном поверхностные знания об истории через СМИ и СМК. Поддаваясь манипулятивной технологии фреймов и прайминг-эффектов, у социально активной части населения может сформироваться искаженное, негативное, исторически обусловленное (по версии немецкой прессы) отношение к современному российскому государству и, в частности, к В.В. Путину как представителю нашей страны. Именно в связи с этим для изучения воздействия фрейминга и прайминга нами были выбраны немецкие СМИ.

Тема настоящего исследования актуальна также и в связи с тем, что данная проблематика недостаточно теоретически проработана в рамках отечественной политической науки. Имеющиеся исследования в контексте фреймов в большинстве своем направлены лишь на адаптацию зарубежных политологических материалов. Что касается прайминга как метода воздействия в прессе на целевую аудиторию, то следует отметить его разработанность лишь в формате заимствования и адаптации из психологии.

В связи с этим можно говорить о том, что для более детального изучения выбранной проблематики необходимо выделить и рассмотреть два блока характеристик.

В нашей работе в первом блоке рассматриваются конкретные векторы внешней политики Российской Федерации, на которых чаще всего делают акцент немецкие издания. Это позволило нам увидеть оценку немецких

журналистов разнонаправленного внешнеполитического взаимодействия России с различными странами и политическими организациями и проследить те приемы и технологии, которые используются для освещения событий немецкими массмедиа.

Во втором блоке мы рассмотрели структурные элементы имиджа лидера РФ, которыми его наделяет пресса Германии. При этом для более систематизированного изучения проблематики полученные характеристики анализировались через призму фрейминга и прайминга, что позволило нам более четко и детально проследить те возможности воздействия на аудиторию, к которым обращаются эти издания.

При этом, несмотря на всю значимость и важность исследований относительно фрейминга и прайминга, следует отметить, что на сегодняшний день в российской политической науке данные направления не являются достаточно изученными. Исследования направлены лишь на адаптацию материалов.

Степень научной разработанности проблемы.

Для удобства анализа степени научной разработанности данной проблематики нами условно было выделено два блока работ.

Первый блок работ связан с исследованием теоретических аспектов фрейминга, его возможностей как метода исследования. Данный пласт работ рассматривался нами с позиции выделения двух подгрупп. В первую подгруппу мы отнесли работы зарубежных исследователей, которые используются в российской политологии, – таких, как И. Гофман (автор дает определение фрейминга и выделяет его особенности в зависимости от использования), К. Миллер (фундаментальные исследования фрейминга в формате моделей), М. Роберт (медиафреймы как активаторы когнитивных схем).

В подгруппу российских исследований фрейминга мы отнесли работы следующих авторов: В. Вахштайн (теоретические основы фрейминга и фрейм-анализа как политической теории), О. Гермасимович (конфликтогенная

составляющая фреймов), Ш. Кожамкулова (фреймы в новостях на постсоветском пространстве), О. Яницкий (социальный аспект), И. Одинцова (лингвистический аспект теории фреймов), Э. Муратова (этнополитические особенности новостной репрезентации), М. Минский (фреймы как основа знаний современной молодежи), Н. Пономарев (властный ресурс в формировании ассоциативного ряда), Д. Гудков (прецедентные имена в политике), А. Кузнецова (рамочный фрейминг в политических текстах), В. Ядов (фундаментальные основы фрейминга), А. Казаков (манипулятивный аспект фрейминга в международных отношениях).

Следует заметить, что в целом работ по данной проблематике достаточно много, однако в основном теорию фрейминга развивают зарубежные авторы. Российские же исследователи зачастую перерабатывают и адаптируют зарубежный опыт. При этом, отметим, что, несмотря на использование фрейминга в различных областях, случаев его применения для изучения международной проблематики нами было обнаружено крайне мало.

К второму блоку источников относятся исследования прайминга как метода анализа и средства манипуляции в прессе.

К первой подгруппе прайминга в политике можно отнести исследования таких авторов, как Б. Дженнингз и Т. Сузан (эмоциональное воздействие СМИ на аудиторию), Д. Шактер и Р. Бакнер (воздействие прайминга на мозговую активность), Д. Северин (консалтинговые исследования эффекта прайминга в международной позиции), А. Эллиот (роль прайминга в формировании впечатлений), Д. Глейзер (эмоциональная составляющая в переговорах).

Ко второй подгруппе относятся труды М. Факилмана (типология прайминга), Н. Пономарева (подмена событий и управление информацией в политике), Л. Войтасика (манипуляция сознанием народов: прайминг-эффект), А.Н. Назайкина (прайминг-эффект в политических исследованиях внешней политики), А.Я. Койфмана (перцептивное внимание и прайминг), Е.А. Тимошенко (модели прайминга в политической науке), Г.А. Епанчинцевой (понятийный аспект прайминга и его особенности в российской

действительности), А.Ю. Агафонова (прайминг как управление сознанием), В.Ю. Карпинской (неосознанный эффект прайминга в политике), А.В. Манойло (внешнеполитическое значение медиакоммуникации и роль прайминга в переговорах).

Отметим, что работы, характеризующие прайминг, дают представление о его особенностях, манипулятивных возможностях, однако в большинстве своем они опираются на психологический аспект и достаточно редко применяются в изучении политических проблем. На наш взгляд, использование прайминга в политологии является весьма перспективным, однако в связи с недостаточной разработанностью в данной области его следует применять в сочетании с иными методами (в нашем случае это фрейминг-анализ).

Таким образом, заметим, что, несмотря на внушительное количество работ по обеим проблематикам, в российской политической науке данные направления не являются достаточно изученными.

Трудов же, посвященных изучению при помощи фрейминга и прайминга прессы Германии, а именно газет «die Welt» и «die TAZ», на сегодняшний день в российских политологических исследованиях практически нет.

Цель – рассмотреть особенности освещения внешнеполитической деятельности России немецкой прессой.

Данная цель предполагает решение следующих **задач**:

1. На основе анализа теоретических особенностей прайминга оценить его исследовательский потенциал;
2. Оценить исследовательский потенциал фрейминга на основе анализа его теоретических особенностей;
3. Провести фрейминг-анализ внешнеполитической деятельности РФ в немецкой прессе;
4. Осуществить прайминг-анализ освещения внешнеполитической деятельности РФ немецкими журналистами.

Объект исследования – посвященные внешней политике России материалы газет «die Welt» и «die TAZ», опубликованные с января 2014 по декабрь 2016 гг.

Предметом исследования в данной работе будут являться фреймы и праймы, используемые немецкой прессой при описании внешнеполитической деятельности РФ в 2014-2016 гг.

Хронологические рамки работы охватывают 2014-2016 гг. Данные временные рамки обусловлены, прежде всего, пиком внешнеполитического кризиса, в котором роль РФ как актора мирового политического процесса резко возросла.

Теоретико-методологическая основа магистерской работы. Постановка проблемы и связанные с ее реализацией цели и задачи исследования определили теоретико-методологическую базу работы. Рассмотрение проблематики фрейминга и прайминга внешнеполитической деятельности строится на основе конструктивистского и инструменталистского подходов к категориям «фрейминг», «прайминг» и «внешняя политика». Использование двух подходов необходимо в связи с тем, что мы считаем их взаимодополняющими при изучении выбранной проблемы. В данном случае обозначенные категории воспринимаются как инструмент, которым можно пользоваться в политике для достижения личных или групповых интересов.

При работе с медийными источниками мы применяли:

Фрейминг-анализ. Использование фрейминг-анализа позволило выделить основные темы, которыми оперируют немецкие издания, что дало возможность проследить важнейшие направления внешнеполитической деятельности РФ в 2014-2016 гг. (по мнению немецких журналистов). При этом проведение фрейминг-анализа сделало возможным рассмотрение не только наиболее значимых векторов внешнеполитической деятельности РФ, но и тех, которые немецкой прессой целенаправленно замалчивались.

Прайминг-анализ позволил нам выделить основные события-эталоны, а также прецедентные имена, которые стали основой при описании России и ее лидера в рассматриваемый временной период. Именно изучение прайминга дало возможность проследить то, каким образом, используя исторические события, немецкая пресса пытается повлиять на массовое сознание.

Контент-анализ. Использование данного метода позволило выявить количественный показатель основных характеристик и, соответственно, выделить их значимость в описании деятельности РФ в рассматриваемый временной период.

Также в работе использованы принципы системности и детерминизма, хронологический и логический методы.

Эмпирической основой нашего исследования стали 200 статей в периодических изданиях «die Welt» и «die TAZ» (по 100 в каждом), которые были опубликованы в 2014-2016 гг.

Научная гипотеза. Немецкие издания в тематических блоках, связанных с внешнеполитической деятельностью РФ, намеренно воздействуют на массовое сознание населения с целью искажения исторической памяти и объективной роли России в актуальных внешнеполитических событиях.

Положения, выносимые на защиту:

1. Анализ теоретических аспектов фрейминга и прайминга, возможностей их влияния на потребителя массовой информации позволяет говорить о необходимости продолжения их изучения и рассмотрения в сугубо политологическом ракурсе. При этом, на наш взгляд, здесь стоит отметить их недостаточную научную разработанность. Касаясь фрейминга, заметим, что большинство теоретического материала – это работы зарубежных авторов, в российской же политической науке данное направление представлено зачастую лишь адаптацией материала.

Касаясь прайминга, отметим, что теоретические работы, изучающие данную проблематику, представлены в большинстве своем в русле

психологической науки и в рамках политологических исследований встречаются не так часто.

2. Рассматривая особенности освещения внешней политики РФ прессой ФРГ в русле фрейминг-анализа, можно констатировать, что, несмотря на провозглашение независимой редакционной политики, издания следуют общей риторике Германии, из-за чего преподносимый изданиями материал не всегда является объективным отражением действительности.

3. Анализируя особенности использования прайминга в изданиях «die Welt» и «die TAZ» за исследуемый период, отметим его роль в искажении исторических фактов, которые происходят путем замещения событий современности событиями-эталоном, что влечет за собой подмену понятий и эмоциональное воздействие на массовую аудиторию ФРГ.

4. Подмена и замещение понятий и событий, на наш взгляд, применяются для влияния на историческую память европейцев. Именно трансформация и видоизменение исторической памяти может привести к искажению не только прошлых событий, но и событий современности, а также изменить восприятие происходящих событий в будущем. Тем самым массмедиа ФРГ, используя различные технологии, осуществляют манипулирование общественным сознанием, которое направлено на «переписывание» истории в Германии.

Элементы новизны проведенного исследования заключаются в следующем:

1. В анализе особенностей освещения в немецкой прессе внешнеполитической деятельности РФ в период с 2014 по 2016 гг. В силу объективных причин, в современной науке еще не так много работ, посвященных данной проблеме именно в этот период времени.

2. В параллельном использовании относительно новых для отечественной политической науки методов анализа большого количества несистематизированного материала массмедиа – фрейминг- и прайминг-анализа.

3. В выявлении присущих качественной немецкой прессе особенностей освещения деятельности России на внешнеполитической арене в рассматриваемый период.

Научная апробация исследования.

Основные положения выпускной квалификационной работы магистра апробированы в ходе выступления на X международной научно-практической конференции «Ломоносов 2017» (МГУ им. М.В. Ломоносова, 10-14 апреля 2017) с докладом на тему «Медиаобраз В.В. Путина в прессе ФРГ и США: анализ прайминг-эффекта».

Также в рамках подготовки выпускной квалификационной работы были опубликованы статьи:

Карпова Е. Роль коммуникативных технологий в процессе формирования имиджа В.В. Путина в немецкой и британской прессе в период обострения международных отношений / Глобальные и региональные коммуникации: настоящее и будущее: тезисы докладов студентов на XVIII Международном Балтийском коммуникационном форуме: в 3 частях. Часть 1. - СПб.: СПбГУТ, 2016. С. 102-104.

Карпова Е. Особенности трансляции имиджа В.В. Путина в немецкой и британской прессе (ноябрь 2015- апрель 2016) // Научно-практический электронный журнал «Аллея Науки». 2016. № 3. С. 36-48.

Карпова Е. Методы цветных революций в Украине / Теории и технологии революций XX-XXI вв.: сборник научных статей по материалам IV Международной научно- практической конференции: в 2 частях. Часть 2. 2017. С. 19-23.

Структурно работа состоит из введения, трех глав, шести параграфов, заключения и списка использованных источников и литературы.

Основное содержание.

Первая глава «Теоретические аспекты категорий «фрейминг» и «прайминг»» состоит из двух параграфов. В первом параграфе «Теоретические основы фрейминга и исследовательский потенциал

фрейминг-анализа» были рассмотрены различные подходы к пониманию категории «фрейминг» и «фрейминг-анализ». На основе полученных теоретических данных был рассмотрен его исследовательский потенциал для изучаемой проблематики.

Следует заметить, что работы, связанные с изучением фрейминга и фрейминг-анализа, несмотря на их количество, в большинстве своем являются либо зарубежными исследованиями, либо их адаптациями относительно интересующей проблематики.

Во втором параграфе «Теоретические основы прайминга и исследовательский потенциал прайминг-анализа» мы изучили различные трактовки «прайминга» и «прайминг-анализа». На основе данного материала отмечена особенность: рассмотрения категории как явления психологического.

Вторая глава «Фрейминг-анализ освещения внешней политики РФ в изданиях «die Welt» и «die TAZ» за 2014-2016 гг.» состоит из двух параграфов.

Первый параграф «Особенности освещения внешнеполитической деятельности РФ». В данном параграфе были выделены основные фреймы внешнеполитической деятельности РФ в 2014-2016 гг., которые выделялись немецкими изданиями. К ним относятся:

1. «Россия – Запад»;
2. «Россия – БРИКС» (особенная роль Китая);
3. «Россия – Украина».

Второй параграф «Особенности транслирования имиджеформирующих характеристик В.В. Путина». В данном параграфе были выделены основные фреймы имиджевых характеристик. К ним относятся:

1. Фрейм персональных характеристик;
2. Фрейм социальных характеристик;
3. Фрейм символических характеристик.

Рассмотрев фреймы, которые использовались немецкими изданиями, были выделены основные особенности освещения внешнеполитической деятельности РФ в 2014-2016 гг. Первая – это выделение основных направлений. Вторая особенность – это абсолютная персонификация. Данная характеристика, на наш взгляд, является определяющей, что связано с возможностью формирования конкретного образа, который является олицетворением ситуации. В данном случае персонификация событий 2014-2016 гг. позволяет объяснять все действия путем обращения к характеристикам личности В.В. Путина.

Третья глава «Прайминг-анализ внешней политики РФ в изданиях «die Welt» и «die TAZ» за 2014-2016 гг. » состоит из двух параграфов.

Первый параграф «Использование прайминга в освещении внешнеполитической деятельности РФ». Здесь рассмотрены разные виды прайминга, что позволило нам сделать выводы о его роли в трансформации исторического знания в сознании потребителей массовой информации ФРГ.

Второй параграф «Прайминг-анализ имиджеформирующих характеристик В.В. Путина». В данном параграфе нами были выделены основные прецедентные образы, которыми пользовались журналисты изданий. Использование данных образов, так же, как и событий, позволяет акцентировать внимание читателя на определенных персонах и событиях (Гитлер, Сталин, Вторая мировая война). Именно такой подход позволяет влиять на эмоциональный фон транслируемой информации.

Подводя итог нашей работы, можем выделить основные особенности освещения внешнеполитической деятельности России в 2014-2016 гг., которые условно можно разделить на:

- Тактические;
- Стратегические.

Первые связаны с описанием происходящих событий в данный временной период, вторые – это те характеристики, которые направлены на

изменение, трансформацию глобальных вопросов, направленные на перспективу.

Описывая деятельность РФ в период обострения международных отношений, немецкая пресса пытается закрепить в сознании массовой аудитории мысль, что роль СССР в решении конфликта изрядно переоценена, а основной вклад в победу над фашизмом был внесен американской армией.

Таким образом, на наш взгляд, немецкие медиа пытаются «переписать» историю и повлиять на историческую память жителей ФРГ. Возможно, это связано с тем, что политика данного европейского государства (как редакционная, так и правительственная) не всегда находит поддержку со стороны аудитории. Именно поэтому, на наш взгляд, попытки тактического воздействия стали видоизменяться в стратегические.

Такая трансформация может оказаться весьма успешной, что будет связано с воздействием, прежде всего, на «молодую» аудиторию, которая является основным потребителем информации. Именно она через определенный промежуток времени будет одним из основных элементов массовой коммуникации. В свою очередь, это будет вести к тому, что исторические знания, которые сейчас еще остались в общественном сознании Германии, будут стерты и подменены.

Можем предположить, что такая подмена истории (событий, роли сторон) может привести:

1. К попыткам переоценки роли России на мировой политической арене;
2. Уменьшению поддержки деятельности РФ (в перспективе) со стороны европейцев.

Таким образом, можно говорить о том, что особенности освещения внешнеполитической деятельности РФ в 2014-2016 гг. играют особую роль, что связано с попыткой трансформации мировой истории, и, как следствие, и всей современной мировой политической системы.