

На правах рукописи

Черненко Елена Владимировна

Образ постсоветской России в немецком еженедельном
иллюстрированном журнале «Шпигель» (источниковедческое исследование)

Специальность 07.00.09 – историография, источниковедение и методы
исторического исследования

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата исторических наук

Москва - 2009

Работа выполнена на кафедре источниковедения отечественной истории Исторического факультета Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова

Научный руководитель: доктор исторических наук, профессор
Голиков Андрей Георгиевич

Официальные оппоненты: доктор филологических наук,
профессор
Вороненкова Галина Федоровна
(Факультет журналистики МГУ имени
М.В.Ломоносова)

доктор исторических наук, профессор
Магидов Владимир Маркович
(Историко-архивный институт
Российского государственного
гуманитарного университета)

Ведущая организация: Центр по изучению отечественной
культуры Института российской
истории РАН

Защита состоится _____ в __ часов на заседании диссертационного совета
Д 501.001.72 при Московском государственном университете им.
М.В.Ломоносова по адресу: 119991, Москва, ГСП-1, Ломоносовский проспект,
д. 27, корп. 4, Исторический факультет МГУ, ауд. А 416.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке МГУ им.
М.В.Ломоносова по адресу: 119991, Москва, Ломоносовский проспект, д. 27.

Автореферат разослан _____ г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор исторических наук, доцент

Г.Р.Наумова

Общая характеристика работы

Актуальность и научная значимость. Современный человек живет в информационном пространстве, в значительной степени создаваемом средствами массовой информации (СМИ). Посредством СМИ формируется общественное мнение – состояние массового сознания, заключающее в себе скрытое или явное отношение к общественным событиям, выражающее позицию одобрения или осуждения по тем или иным общественным проблемам, насаждающее определенные нормы общественных отношений. Важную роль в выявлении, представлении и отстаивании общественно-групповых интересов играет периодическая печать. В арсенале журналистов есть множество средств и методов воздействия на массового читателя, особенно велики в этом отношении возможности современных иллюстрированных журналов. Они представляют собой органическое единство помещенных под одной обложкой текстовых и изобразительных материалов, воздействие которых на подсознание человека значительно усиливают вёрстка и продуманное цветовое решение как отдельных публикаций, так и всего номера в целом. Информационные возможности иллюстрированных периодических изданий как исторического источника изучены пока явно недостаточно. Назревшая необходимость восполнения этого пробела обусловила научную актуальность темы диссертации.

Поскольку источники одного вида содержат информацию, которая зафиксирована для сходных целей на основе единых принципов и методов, возможно на примере конкретного источника решать задачи выработки для класса источников в целом принципов и методов выявления и анализа зафиксированной в них информации. Выбор журнала «Шпигель» в качестве такого источника представляется вполне оправданным. «Шпигель» - типичный современный иллюстрированный информационно-политический журнал. Он уже более шестидесяти лет является одним из самых популярных немецких журналов в мире, его читают в 172 странах. С 1989 г. тираж журнала остается

практически неизменным, стабильно превышая миллион экземпляров; в 2007 г. он в среднем составлял 1.048 млн. экземпляров. Аудитория журнала, по подсчетам его маркетологов, составляет 9,3% населения Германии (старше 14 лет), что соответствует 6,01 млн. читателей¹. В ежегодных исследованиях международной службы изучения СМИ «Media Tenor» журнал «Шпигель» традиционно занимает первое место по цитируемости в других немецких СМИ².

Периодическая печать Германии уделяет постсоветской России больше внимания, чем пресса других государств. Это связано с устойчивым интересом немцев к нашей стране, обусловленным пусть не всегда простыми, но традиционно тесными взаимоотношениями между Россией и Германией. В постсоветский период контакты между странами были особенно интенсивными. На протяжении этого периода «Шпигель» уделял постоянное (наибольшее в ряду аналогичных немецких изданий) внимание международной, и, в частности, российской тематике.

Какой интерес могут представлять для изучения отечественной истории заметки иностранца о чужой для него стране? В своё время попытку ответить на этот вопрос предпринял В.О.Ключевский. Он подметил, что «будничная обстановка жизни, повседневные явления, мимо которых без внимания проходили современники, привыкшие к ним, прежде всего, останавливали на себе внимание чужого наблюдателя... описать их, выставить наиболее заметные черты, наконец, высказать непосредственное впечатление, производимое ими на непривыкшего к ним человека, он мог лучше и полнее, нежели люди, которые пригляделись к подобным явлениям... С этой стороны записки иностранца могут служить важным дополнением к отечественным историческим памятникам»³.

Одновременно историк отметил небеспристрастность таких

¹ Die Spiegel Gruppe 2007. Hamburg, 2008. S. 4.

² Media Tenor 2008. Strategic Media Intelligence [Электронный ресурс]: ред. Schatz R. URL: <http://www.media-tenor.de/charts.php>, свободный. Загл. с экрана. Яз. нем., англ. (дата обращения: 01.12.2008)

³ Ключевский В.О. Сказания иностранцев о Московском государстве. Пг., 1918. С. 8.

наблюдений. Их авторы вольно или невольно прикладывают к описываемым событиям свою мерку. В этом отношении пресса даёт исследователю особенно представительный материал. Не только аналитические и оценочные статьи и заметки, но также публикуемая в ней повседневная информация о текущих событиях систематически выражает и формирует общественное мнение.

Степень изученности темы. В историографии темы можно выделить несколько направлений исследований.

Прежде всего, это работы, посвященные изучению представлений народов друг о друге. Эта проблема имеет давнюю историографическую традицию, актуализированную с начала 1990-х⁴. Сегодня это активно разрабатываемое в историографии направление чаще всего определяется как изучение «образа другого». Необходимо отметить, что в исторических исследованиях слово «образ» нередко употребляется в одном синонимическом ряду со словами «представление», «восприятие», «стереотипы», «имидж». Автор диссертации понимает под образом результат отражения объекта в сознании человека. На чувственной ступени познания такими образами являются ощущения, восприятия и представления, на уровне мышления – понятия, суждения, умозаключения. Материальной формой воплощения образа выступают практические действия, язык, различные знаковые модели. Образ объекта никогда не исчерпывает всего богатства свойств и отношений последнего: оригинал богаче копии. Однажды

⁴ См. например: Чугров С.В. Россия и Запад: метаморфозы восприятия. М., 1993; Одиссей. Человек в истории. Образ «другого» в культуре. М., 1994; Ганге Г.М. Национальные образы мира. М., 1994; Гасанов И.Б. Национальные стереотипы и «образ врага». М., 1994; Россия и Европа в XIX-XX веках: Проблемы взаимовосприятия народов, социумов, культур: Сб. науч. тр. М., 1996; Шестаков В.П. Америка извне и изнутри. М., 1996; Россия и внешний мир: диалог культур: Сб. ст. М., 1997; Образ России: Россия и русские в восприятии Запада и Востока. Сборник. СПб., 1998; Образ России в мировой культуре и образы других стран XIX - XX веков. М., 1998; Кан А.С. Швеция и Россия в прошлом и настоящем. М., 1999; Лучицкая С.И. Образ другого. Мусульмане в хрониках крестовых походов. СПб., 2001; Россия и мир глазами друг друга. Из истории взаимовосприятия. Вып. 1-4. М., 2000-2007. и др.

возникнув, образ приобретает относительно самостоятельный характер и играет активно-действенную роль в поведении человека⁵.

Проблема «образа другого» применительно к теме российско-германских отношений специально разрабатывается в Институте всеобщей истории РАН⁶. В монографическом исследовании С.В. Оболенской проблема «образа другого» ставится в аспекте национальных различий и национальных вопросов XIX века. Основной чертой представлений одного народа о другом автор считает сохранение архаических стереотипов - исторически сложившихся предрассудков. С.В. Оболенская приходит к выводу, что при формировании представлений о немцах в России XIX в. важную роль играли продолжавшиеся более столетия наблюдения за немцами в русском обществе, за их групповым самосознанием, ценностными ориентациями, их стилем жизни и размышления об их роли в русской жизни.

Другую сторону проблемы – образ России в Германии – проанализировала О.В. Зайченко на материалах немецкой либеральной публицистики первой половины XIX века⁷. По мнению автора, направленность и содержание публикаций должны были вызвать у читателей чувство отвращения к российской государственной системе и страха перед угрозой её экспансии в Германию. Автор выделила три главные черты, присущие немецкой либеральной публицистике первой половины XIX в. В ней подчеркиваются: 1. диаметрально противоположность российского общества по отношению к немецкому, выраженная полярными понятиями «азиатский – европейский»; 2. неполноценность российского общества по сравнению с социальными нормами немецкого читателя, что нашло свое отражение, прежде всего, в тезисе о цивилизационной отсталости России; 3. враждебность России по отношению к Германии. Исследовательница выявила

⁵ Философский энциклопедический словарь. М., 1983. С. 446.

⁶ Оболенская С.В. Германия и немцы глазами русских (XIX в.) М., 2000; Россия и Германия: [сборник научных статей] Вып.1 - 4. М., 1998-2007.

⁷ Зайченко О.В. Образ России в Германии в первой половине XIX века (на материале либеральной публицистики) / Россия и Германия: [сборник научных статей] Вып.2 М., 2001. С. 96.

несколько типичных клише, которыми немецкая пресса XIX в. представляла читателю Россию: «Сибирь», «кнут», «северный великан», «колосс на глиняных ногах».

Стереотипные представления о России сохраняются и культивируются в современной Германии. К такому выводу приходят отечественные исследователи в статье «Образ России в восприятии жителей Германии»⁸, представляющей итоги социологического исследования, проведённого по заказу Министерства по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций в преддверии Франкфуртской книжной ярмарки 2003 г., на которой Россия впервые выступила в качестве почётного гостя. Материалы опроса определенно свидетельствуют: в немецких СМИ XXI в. преобладает негативная информация о России.

Наиболее фундаментальным немецким исследованием «образа другого» в контексте российско-германских отношений является так называемый «Вуппертальский проект» по изучению представлений немцев и русских друг о друге. Своим названием этот проект обязан Бергскому университету в городе Вупперталь в Германии, где известный филолог-германист Лев Копелев в 1982 г. получил должность профессора-исследователя и стал руководителем научного семинара. С группой молодых немецких учёных широкого профиля он провел многоаспектное изучение проблемы «западно-восточных отражений».

Работа шла одновременно над двумя параллельными сериями, которые составили десять основательно документированных и иллюстрированных томов под общим названием: «Западно-восточные отражения» - Серия А – «Русские и Россия глазами немцев»⁹ и серия Б – «Немцы и Германия глазами

⁸ Образ России в восприятии жителей Германии // Полиграфист и издатель – 2003. – № 11. – С. 12.

⁹ West-Östliche Spiegelungen. Herausgegeben von Lew Kopelew. Reihe A: Russen und Rußland aus deutscher Sicht. In 5 Bd. (9.-17. Jahrhundert - Russische Revolution 1917-1924). Wuppertaler Projekt zur Erforschung der Geschichte deutsch-russischer Fremdenbilder unter der Leitung von Lew Kopelew. München, 1982 – 2006.

русских».¹⁰ Только один том этого проекта был переведён на русский язык и представлен общественности в 2004 г. в рамках Года немецкой культуры в России¹¹. Исследователям удалось на основе разнообразных источников воссоздать динамичную картину тысячелетнего процесса развития российско-немецких духовных, культурных, человеческих контактов и длительных связей.

С конца 1980-х гг. немецкие ученые регулярно обращаются к теме образа России в Германии¹². Одной из наиболее значимых работ является исследование немецкого историка Вольфрама Ветте «Образы России у немцев в XX веке». Автор предпринял попытку выделить идеальные типы представлений о России у разных групп граждан в Германии XX века. В целом, по оценке Ветте, «у немцев сохранились некоторые стереотипные представления о России, имевшие в прошлом сильное политическое влияние, несмотря на свой шаблонный характер. Так, по прежнему сохраняются: образ гигантской холодной страны; представления о русском человеке, как о душевном, любящем песню и глубоко верующем, которому, однако, не чужды пьянство, насилие и примитивная жестокость; представления о недоразвитом обществе, находящемся в полурабском подчинении у власть имущих»¹³. Стереотип, который в том или ином варианте присутствует почти во всех образах России в Германии в XX веке – отсталость России по сравнению с

¹⁰ West-Östliche Spiegelungen. Herausgegeben von Lew Kopelew. Reihe B: Deutsche und Deutschland aus russischer Sicht. In 5 Bd. (11.-17. Jahrhundert - 20. Jahrhundert). Wuppertaler Projekt zur Erforschung der Geschichte deutsch-russischer Fremdenbilder unter der Leitung von Lew Kopelew. München, 1982 – 2006.

¹¹ Германия и русская революция. 1917-1924 / Изд. Герда Кёнена и Льва Копелева / Пер. с нем. под ред. Я. Драбкина. Т. 5. М., 2004. (Западно-восточные отражения: «Вуппертальский проект» - исследования образов чужих в Германии и России. Серия А, Т. 5)

¹² См. например: Groh D. Russland im Blick Europas. 300 Jahre historische Perspektiven. Frankfurt am Main, 1988; Das Russlandbild im Dritten Reich / Ed. H.-E. Volkmann. Köln, 1994; Voigt G. Russland in der deutschen Geschichtsschreibung, 1843-1945. Berlin, 1994; Schermann M. Feindbilder in der württembergischen Publizistik 1918 - 1933: Russland, Bolschewismus und KPD im rechtsliberalen "Schwabischen Merkur" / Kriegserfahrungen: Studien zur Sozial- und Mentalitaetsgeschichte des Ersten Weltkriegs. Essen, 1997; Blome A. Das deutsche Russlandbild im frühen 18. Jahrhundert: Untersuchungen zur zeitgenössischen Presseberichterstattung über Russland unter Peter I. Wiesbaden, 2000. и др.

¹³ Ветте В. Образы России у немцев в XX веке / Россия и Германия. Вып. I. М., 1998. С. 238.

Германией в общем экономическом, социальном и политическом развитии. Главный вывод: представления немцев о России и русских в XX веке были в значительной степени политизированы.¹⁴

Ряд работ немецкоязычных авторов посвящен образу России, создаваемому в немецкой периодической печати. Особый интерес представляет для автора диссертации статья швейцарского историка Йохена Янсена «Исследование причин негативного имиджа России в Германии»¹⁵. По словам автора, стереотип о жестоких варварах – русских, столетиями существовавший в Германии, был дополнен в ФРГ резко политизированными антикоммунистическими клише. Главные черты, создававшегося немецкими СМИ в этот период образа России: тоталитаризм, экспансионизм и военная угроза. В постсоветский период немецкая пресса также рисовала образ России и русских в «крайне мрачных и пессимистичных тонах». В основу исследования Й. Янсен положил публикации немецких СМИ. В частности, он пришел к выводу, что журналисты «Шпигеля» пишут о России «языком, который представляет собой смесь антипатии, насмешки и чувства превосходства».

В 1996 г. немецкие и российские студенты-журналисты провели параллельное совместное исследование образа России в немецкой прессе и образа Германии в российской прессе. Проект осуществлён в рамках сотрудничества между Кёльнской школой журналистики и Свободным Российско-Германским институтом публицистики МГУ им. М. В. Ломоносова. Были проанализированы материалы о России в семи крупных немецких газетах и пяти журналах, в том числе и в «Шпигеле». Авторы пришли к выводу, что образ России, который создает «Шпигель» - сугубо негативный: мафия, заказные убийства, коррупция, безработица, инфляция, политические интриги, безвольный лидер с коррумпированным окружением». Журнал стремится убедить читателя - «Россия непредсказуема, и жить в ней

¹⁴ Там же. С. 226.

¹⁵ Janssen J. Ursachenforschung für das negative Russland-Image in Deutschland // GUS-
Barometer – 2002. – Nr. 29.

опасно»¹⁶. Данный вывод чрезвычайно важен, поскольку, по признанию немецких студентов, для них российская действительность – это «действительность, представленная СМИ, ежедневная конструкция, создаваемая журналистами»¹⁷.

Заметный вклад в изучение образа России в современной немецкой прессе внес исследователь Ойген Езау из университета Георга-Августа в г. Гёттингене. В 2007 г. опубликовано его исследование «Образ постсоветской России в немецкой печатной прессе: качественный анализ газет»¹⁸. Автор отмечает, что представления немцев о русских и их отношении к нашей стране формируются преимущественно под влиянием СМИ, поэтому его задачей было – воссоздать и проанализировать образ России, создаваемый ведущими ежедневными газетами Германии. На материале публикаций за 1996-й, 1999-й и 2003-й гг. ученый приходит к выводу: немецкая пресса дает искаженную картину российской действительности; создаваемый ею образ России преимущественно негативный.

Отметим, что и отечественные и немецкие исследователи солидарны в оценке направленности формируемого современными СМИ Германии и немецкой прессой более ранних периодов образа России как по-преимуществу негативного.

Другое направление историографии темы – пресса как исторический источник. Исследователи выделяют две основные функции периодической печати – отражение действительности и формирование представления о ней. Что касается первой функции, то, как было отмечено, немецкая пресса передает российские реалии в искаженном виде.

В отечественной источниковедческой литературе констатируется, что «в работе с периодикой есть два главных подхода, каждому из которых присущи свои источниковедческие особенности: 1) всестороннее изучение данного органа

¹⁶ Das Russlandbild in den deutschen Printmedien. Eine Untersuchung der Studenten der Kölner Journalistenschule. Köln, 1997. S. 65.

¹⁷ Ibid. S. 3.

¹⁸ Esau E. Das postsowjetische Russlandbild in deutschen Printmedien: eine qualitative Zeitungsanalyse. Saarbruecken, 2007.

периодической печати как целостного источника (как темы); 2) отыскание и изучение в данном органе (органах) печати отдельных текстов – источников по теме, которая сама по себе не является темой об этом органе. Эти два подхода не следует разрывать и противопоставлять. Они тесно связаны между собой»¹⁹. Очевидно, что в данном диссертационном исследовании должны быть представлены оба подхода.

Журналу «Шпигель» посвящена значительная, главным образом немецкоязычная литература. Прежде всего, это монографии и статьи об основателе и издателе журнала Рудольфе Аугштайне (1923-2002)²⁰. В этих работах главное внимание уделено становлению Р.Аугштайна как журналиста, его политическим взглядам, биографии. Издатель «Шпигеля» был настолько знаковой фигурой, что в историографии нередко затмевал собой свое детище. История журнала неразрывно связано с его биографией.

Ряд работ посвящен непосредственно журналу «Шпигель»²¹. Предпринят опыт сравнительного анализа содержания публикаций в «Шпигеле» и появившемся в 1993 г. его главным конкуренте журнале «Фокус» («Fokus»)²². Несколько работ затрагивают тему отражения в журнале «Шпигель» тех или иных реалий действительности. Так, В. Гильде в работе «Мир в «Шпигеле»²³ выявил тематические приоритеты журнала. О том, как

¹⁹ Дмитриев С.С. Периодическая печать / Источниковедение истории СССР. Под ред. И.Д. Ковальченко. М., 1981. С. 223-224.

²⁰ Der Magnat ist mürbe // Neue Medien. Das deutsche Fach-Magazin für Medien und Kommunikation. – 1988 – Nr. 4; Jakobs H.-J., Müller U. Augstein, Springer und Co. Deutsche Mediendynastien. Zürich, 1990; Hachmeister L., Siering F. Die Herren Journalisten. Die Elite der deutschen Presse nach 1945. München, 2002; Köhler O. Rudolf Augstein – ein Leben für Deutschland. München, 2003; Schröder D. Augstein – Journalist des Jahrhunderts. Berlin, 2004; Merseburger P. Rudolf Augstein. Biographie. München, 2007.

²¹ Brumm D. Sturmgeschütz der Demokratie? „Der Spiegel“ / Porträts der deutschen Presse. Politik und Profit. Berlin, 1980; Schöps J. Die Spiegel-Affäre des Franz Josef Strauss. Hamburg, 1983; Kuby E. Der Spiegel im Spiegel. Das deutsche Nachrichten-Magazin kritisch analysiert. Zürich, 1987; Ziesel K. Die Meinungsmacher: Spiegel, Zeit, Stern & co. München, 1988; Graalman D. Der Spiegel. Geschichte, Entwicklung und Zukunft eines Nachrichtenmagazins. Münster, 1997; Hachmeister L., Rager G. Wer beherrscht die Medien? Die 50 größten Medienkonzerne der Welt. München, 2000; Brawand L. Der Spiegel – ein Besatzungskind. Wie die Pressefreiheit nach Deutschland kam. Hamburg, 2007.

²² Stockmann R. Spiegel und Focus. Eine vergleichende Inhaltsanalyse. Göttingen, 1999.

²³ Gilde W. Die Welt im Spiegel. Leipzig, 1990.

«Шпигель» отображает околоцерковные и религиозные темы, специально писал У. Бек²⁴.

В отечественной историографии специальных работ о журнале «Шпигель» нет. Наиболее обстоятельно история этого издания рассмотрена в монографии Г.Ф. Вороненковой²⁵. Автор исследует публикации еженедельника в контексте развития германской прессы в целом. Материал о «Шпигеле» органично включен в очерк о немецких еженедельных изданиях.

В целом в литературе достаточно подробно изучены основные этапы истории журнала «Шпигель». В то же время повседневная работа редакции и корреспондентов на местах, процесс подготовки публикаций и их направленность нуждаются в специальном исследовании.

Поскольку в публикациях периодической печати содержится многоаспектная информация о действительности, к материалам прессы обращаются при изучении самых разных проблем. Следует, однако, заметить, что работ историков, посвященных исследованию воздействия печатных СМИ на читательскую аудиторию, сравнительно мало. Одним из немногих примеров в этой области является подготовленная под руководством профессора В.И. Бовыкина кандидатская диссертация Е.Г. Костриковой «Источники внешнеполитической информации русских буржуазных газет (1907-1914 гг.)» - МГУ, 1983. Автором специально исследованы: деятельность заграничных корреспондентов петербургских и московских газет начала XX в.; источники зарубежной информации отечественной прессы; отношения корреспондентов, работавших за границей, с редакциями газет. В предисловии к публикации этой работы В.И. Бовыкин отметил: «Оказалось, что газетная информация, вопреки устоявшемуся мнению, далеко не всегда была вторичной. Даже по такой

²⁴ Beck U. Kirche im „Spiegel“ – Spiegel der Kirche? Ein leidenschaftliches Verhältnis. Ostfildern, 1994.

²⁵ Вороненкова Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие средств массовой информации Германии. М., 1999.

закрытой сфере политической жизни, какой являлась в начале XX в. дипломатия!»²⁶

Е.Г. Кострикова использовала материалы из архивов газет начала XX в. Исследователи современной прессы в большинстве случаев не имеют такой возможности. Одним из путей повышения информационной отдачи этого источника является выяснение средств и методов воздействия журналистских публикаций на читательскую аудиторию. Необходимое внеисточниковое знание для решения этой задачи содержат рекомендации, представленные в учебных пособиях и руководствах для студентов факультетов журналистики, а также исследования по истории журналистики²⁷. Эти работы дают возможность изучить тот «код», при помощи которого журналисты «зашифровывают» значительную часть информации, содержащейся в публикациях, но неочевидной для читателя и потому воспринимаемой им неосознанно на уровне подсознания.

Показательна в этом отношении работа А.С. Миронова, посвященная «мягкой пропаганде», дающей СМИ возможность «скрыто манипулировать сознанием своих читателей, влиять на утверждение круга общественно дискутируемых тем, решать задачи политической рекламы и «раскрутки» имиджей при обязательном сохранении иллюзии качества сообщаемой информации, политической неангажированности и непредвзятого отношения к

²⁶ Бovyкин В.И. Предисловие / Кострикова Е.Г. Русская пресса и дипломатия накануне первой мировой войны, 1907-1914. М., 1997. С. 3.

²⁷ См. например: Оформление газет и журналов за рубежом. М., 1978; Галкин С.И. Оформление газеты и журнала: от элемента к системе. М., 1984; Гуревич С.М. Газета: Вчера, сегодня, завтра. М., 2004; Ассаджолли Р. Рисунок и цвет: их психологическое воздействие // Петербургский рекламист. – 1997. – № 8; Неверов А.А. Использование цвета / Дизайн периодических изданий. Под редакцией проф. Э.Я. Лазаревич. М., 2000; Лаптева И. Использование цвета в периодических изданиях // КомпьюАрт. – 2001. – №8; Фотография в прессе: Вопросы истории, теории и практики / Под ред. Ю.Л.Мандрики. Свердловск, Тюмень, 1989; Тертычный А.А. Заголовок – слово главное // Журналист. – 2004. – №1; Кусова-Чухо С. Ловля на живца. // Журналистика и медиарынок. – 2004. – №9; Головина И.В. Особенности функционирования заголовков в форме простых повествовательных предложений в современной немецкой прессе. Автореферат на соискание степени кандидата филологических наук. М., 2006 и др.

освещаемым событиям»²⁸. Главный вывод автора: 100% доверять нельзя даже так называемой «качественной» прессе.

Политолог и публицист С.Г. Кара-Мурза приводит многочисленные примеры влияния на мнение и поведение людей посредством публикации в печати тех или иных материалов. Автор отмечает также значительную роль изобразительных материалов в формировании общественных представлений²⁹.

Как убедительно показала австрийский политолог Клаудия Мария Вольф, изучение «языка» изобразительных материалов печатных изданий – одно из наиболее перспективных и в то же время неразработанных учеными направлений. В монографии «Язык иллюстраций и образы СМИ: логика подачи изобразительных материалов в информационно-политических еженедельниках» она впервые предприняла попытку сравнительного анализа иллюстраций (фотографий, коллажей, информационной графики) в ведущих иллюстрированных еженедельных изданиях мира: «Тайм», «Ньюсвик», «Экономист», «Шпигель», «Фокус», «Профиль», «Формат» в период 1972 – 2002 гг.³⁰. Главные выводы автора: опубликованная фотография – это не просто иллюстрация, а отдельный элемент статьи – со своей смысловой и эмоциональной нагрузкой, иногда даже с иной сюжетной линией; иллюстрации попадают на полосы журналов не случайно, их всегда размещают с определенной целью и в соответствии с определённой логикой; изучению изобразительных материалов необходимо уделить столько же внимания как и работе с текстами.

Предмет диссертационного исследования составили публикации о России и русских в немецком иллюстрированном журнале «Шпигель».

Хронологические рамки работы охватывают период с декабря 1993 г. (принятие и вступление в силу Конституции Российской Федерации – начало

²⁸ Миронов А.С. Раздувай и властвуй: Практическое руководство по технологиям «мягкой» пропаганды. М., 2001. С.7.

²⁹ Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2004.

³⁰ Wolf C.M. Bildsprache und Medienbilder: die Darstellungslogik von Nachrichtenmagazinen. Wiesbaden, 2006.

качественно нового этапа в истории российской государственности) по май 2004 г. (конец первого президентского срока В.В.Путина).

Целью исследования является комплексное изучение информационных возможностей публикаций в современном иллюстрированном журнале (на материалах влиятельного немецкого журнала «Шпигель»).

В работе решаются следующие **основные задачи**:

- Исследовать историю журнала «Шпигель», выяснить организационные особенности работы редакции издания и состав его публикаций, определить тематические приоритеты журнала при освещении российской тематики.
- Выявить и проанализировать средства и методы воздействия на аудиторию, при помощи которых редакция журнала формирует у читателя представление о России и русских.
- Воссоздать целостный образ России, представленный на страницах журнала «Шпигель» в определенных хронологических рамках.

Методологическую основу диссертации составило положение учения об информации о том, что как носитель фиксированной социальной информации периодическая печать может выполнять функцию не только осведомления современников об общественно-значимых событиях и явлениях действительности, но также служить каналом передачи информации во времени. Автор солидаризируется с выводом И.Д.Ковальченко о возможности теоретически безграничного расширения информационного потенциала источника в результате выявления в нем ранее неочевидной для исследователей, а потому как-бы скрытой информации, латентно присутствующей в источнике³¹.

Для анализа выявленной автором в публикациях журнала «Шпигель» информации в диссертации использованы специально-научные методы исторического исследования: историко-генетический и историко-системный.

³¹ Ковальченко И.Д. Методы исторического исследования. 2-изд., доп. М., 2003. С. 122-123.

Источниковая база. Основу источниковой базы диссертационной работы образует полный комплект журнала «Шпигель» за декабрь 1993 – май 2004 гг. В настоящее время столь полного собрания журнала «Шпигель» нет ни в одном из библиотечных хранилищ РФ. Для его составления автор провела поисковую работу в архиве корпункта журнала «Шпигель» в Москве, библиотеке Немецкого культурного центра им. Гёте, библиотеке Свободного Российско-Германского института публицистики МГУ им. М.В. Ломоносова, отделе периодики Государственной публичной исторической библиотеки России.

В процессе работы над диссертацией автором были получены ценные новые материалы по истории журнала (в специальном интервью с Вальтером Майером, главой корпункта «Шпигеля» в России в 2003-2006 гг., а также сделана фонозапись выступления главного редактора «Шпигеля» Штефана Ауста на пресс-конференции в Москве). Это позволило существенно дополнить имеющиеся в литературе сведения о работе корреспондентов журнала в Москве и об их взаимодействии с центральным офисом в Гамбурге.

Научная новизна. Данное исследование представляет собой первый в отечественной историографии опыт комплексного изучения публикаций влиятельного иллюстрированного информационно-политического западноевропейского журнала (каким безусловно является «Шпигель») для изучения создаваемого за рубежом образа постсоветской России. Разработанная автором и апробированная в диссертации оригинальная методика выявления и анализа выраженной и скрытой информации позволила существенно повысить информационную отдачу публикаций издания, в котором в органическом единстве представлены письменные и изобразительные материалы.

Практическая значимость. Результаты проведенного исследования могут быть использованы при источниковедческом изучении современной периодической печати и при создании общих и специальных курсов и учебных пособий по отечественной и всеобщей истории.

Апробация работы. Диссертация была обсуждена и рекомендована к защите на заседании кафедры источниковедения отечественной истории исторического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова. Основные положения опубликованы автором в двух статьях и доложены на международной научной конференции «Образ России в мировом пространстве: история и современность» (Москва, МГУ им. М.В.Ломоносова, 2008).

Предмет и задачи исследования определили его **структуру**. Работа состоит из введения, трёх глав, заключения и четырех приложений.

Основное содержание работы

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, определяются его цели и задачи, характеризуется историография изучаемой проблемы и источниковая база работы.

Первая глава «Немецкий иллюстрированный информационно-политический журнал «Шпигель» содержит общую характеристику журнала. В *первом параграфе* прослеживается история издания от момента его учреждения по настоящее время. Центральное место занимает биография Рудольфа Аугштайна - бессменного издателя журнала в течение более полувека (1947-2002 гг.). Обращается внимание на явное противоречие между публичными – положительными - высказываниями Р.Аугштайна о России и русских и отмеченной в литературе в целом негативной направленностью публикаций о нашей стране на страницах «Шпигеля».

Во втором параграфе рассмотрены типологические и организационные особенности журнала. Ежегодные отчеты, публикуемые руководством издательского дома, позволяют составить представление о читательской аудитории «Шпигеля». Так, по данным отчета за 2007 г., 47% читателей выписывают журнал постоянно. «Шпигель» читают преимущественно мужчины, главным образом в возрасте от 30 до 60 лет, с относительно высоким образовательным цензом (около половины читателей журнала имеют законченное среднее или высшее образование) и доходом выше среднего. В

целевых группах людей с высоким образовательным цензом, с высоким доходом (от €2500 в месяц), а главное — в группе «элиты общества» (включающей крупных предпринимателей, представителей творческих профессий, руководителей, менеджеров высшего звена и высокопоставленных чиновников) «Шпигель» является в Германии, по собственным оценкам, самым популярным еженедельным печатным изданием.³²

По типу «Шпигель» относится к информационно-политическим «магаминам». Классическим журналом такого типа считается американский «Тайм». Особенность «магамина» в том, что публикации в нем содержат множество деталей и подробностей, в них используется скорее разговорный язык, нежели письменный литературный.³³ Созданный по образцу американского «Тайм», «Шпигель» стремится перерабатывать новости в аналитические материалы и, по возможности, выдвигать в центр внимания человека³⁴.

В диссертации охарактеризованы принципы работы редакции, механизм взаимодействия главного офиса в Гамбурге и корпункта в Москве. По словам бывшего руководителя корпункта в Москве Вальтера Майера, тематика материалов о России, готовящихся в Москве, зачастую определяется в Гамбурге. Там же корректируется направленность публикаций. По мнению немецкого журналиста, русские в какой-то степени правы, когда упрекают сотрудников «Шпигеля» в том, что создаваемый их журналом образ России излишне негативен.

В третьем параграфе анализируется структура и содержание журнала «Шпигель», а также определяются его тематические приоритеты. По данным немецкой исследовательской компании Carat Expert, в 2005 г. журнал «Шпигель» посвятил международной политике и событиям в мире 1010,7 полос — больше, чем два его главных конкурента вместе взятые. Для

³² Die Spiegel Gruppe 2007. Hamburg, 2008. S. 9.

³³ Вороненкова Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие средств массовой информации Германии. М., 1999. С. 365.

³⁴ Майн Х. Средства массовой информации в Германии. Берлин, 2000. С. 69.

сравнения: «Фокус» - 499,9 полос и «Штерн» - 439,4 полос. Очевидно, что именно «Шпигель» является тем массовым еженедельным изданием, информация которого в наибольшей степени формирует представление современных немцев о других государствах, в том числе о России.

В результате изучения полного комплекта журнала «Шпигель» за декабрь 1993 г. – май 2004 г. автором выявлены 667 публикаций:

1. в надзаголовке которых указано «Россия» (реже «Москва», «Кавказ» или «Чечня»)

2. в заголовке или подзаголовке которых присутствуют: слово «русский»; имена российских политиков, бизнесменов, учёных, деятелей культуры и спорта; названия субъектов или городов РФ; названия российских предприятий и т.д.)

Выявленные публикации сгруппированы в девять выделенных автором тематических блоков: образ политических лидеров (236 публикаций в разделе «За рубежом»), Чеченская республика (119 публикаций в разделе «За рубежом»), общество (104 публикации в разделах «За рубежом» и «Общество»), российско-германские отношения (87 публикаций в разделах «За рубежом» и «Германия»), экономика (65 публикаций в разделах «За рубежом» и «Экономика»), экология (21 публикация в разделе «За рубежом»), наука и техника (13 публикаций в разделе «Наука и техника»), спорт (11 публикаций в разделе «Спорт»), культура (11 публикаций в разделе «Культура»).

Во второй главе «Приёмы анализа публикаций» на материалах девятнадцати номеров за 1994-2004 гг., главной темой которых является Россия, предпринят опыт изучения средств и методов, которые журналисты «Шпигеля» используют для формирования у читателей определенного представления о нашей стране.

В первом параграфе рассмотрены приёмы так называемого языкового манипулирования³⁵, встречающиеся в письменных материалах «Шпигеля».

В первую очередь читатель периодического издания обращает внимание на *заголовочный комплекс*, состоящий из заголовка и подзаголовка. Заголовочные комплексы публикаций о России весьма показательны для создаваемого в журнале «Шпигель» образа нашей страны. Они содержат множество лексических единиц, воспринимаемых читателем как характеристика военных действий, преступности и насилия: «опасность», «угроза», «кровопролитие», «бомба», «Калашников», «террор», «жестокость», «опасный теневой мир», «мегаполис контролирует мафия», «русская мафия угрожает Германии».

Аналогичную функцию выполняют так называемые *выносы в тексте* (фразы, набранные крупным кеглем). Шрифтовое изменение полиграфического оформления частей текста (фраз, слов) используется для того, чтобы привлечь внимание читателей. В массиве публикаций о Чеченской республике лишь шесть «выносов». Поставленные рядом они характеризуют общую направленность публикаций: «Обнищавшая армия готова на любое приключение», «Россия всегда суется медвежьей лапой в чужой огород», (1994 г.), «Солдаты Ельцина избивают репортеров и изымают пленки» (1995 г.), «Это провокация, организованная и проведенная Москвой» (1995 г.), «Жестокие нападения военных на стратегически не важные деревни» (1999 г.), «Изнасилования, избиения и постоянное ограбление гражданского населения Чечни со стороны русских солдат и офицеров» (2000 г.). Очевидно, что в публикациях акцентируется негативный по отношению к России посыл.

Очень важную роль в публикациях журнала играют *слова русского языка, набранные в тексте латиницей*. «Шпигель» использует этот приём для придания материалам большего колорита и создания нужной «картинки». Каковы состав и «окраска» этих слов? Вот наиболее часто встречающиеся в

³⁵ Общая психология. Словарь. Под ред. А.В. Петровского / Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах / Ред.-сост. Л.А. Карпенко. Под общ. ред. А.В. Петровского. М., 2005. С. 213-214.

публикациях 1994-2004 гг. слова: аппаратчик, указ, номенклатура, ОМОН, чекист, бабушка, погром, дача, бизнесмены, мужик, боевики, олигархи, ваучер, силовики, балалайка, валюта, контрактник, немец, рэкетеры, бомжи. Без сомнения, обстановка, в которую таким образом «погружаются» читатели «Шпигеля», заведомо не вызовет у них положительных эмоций.

При постоянном повторении в текстах публикаций о России негативно окрашенных лексических единиц в сознании читателей закрепляется определенный стереотип восприятия страны.

Во втором параграфе рассмотрены приёмы выявления информации, зафиксированной в изобразительных материалах, опубликованных в иллюстрированном журнале «Шпигель». Это в основном фотографии, реже коллажи и информационная графика.

В материалах о России в «Шпигеле» иллюстрации (особенно фотографии) являются по своему значению равными, а иногда ведущими по отношению к письменному материалу содержательно-смысловыми компонентами. В диссертации показано, как *размер публикуемого на журнальной полосе фотоснимка* ранжирует для читателей степень значимости сообщаемой информации: чем крупнее снимок, тем больше внимания он привлечет, а следовательно будет воспринят как более значимая публикация.

В середине 1990-х гг. «Шпигель» перешел от преимущественно черно-белого к многоцветному оформлению. С этого времени при анализе публикуемых в журнале изобразительных материалов необходимо учитывать *информативность цвета* и символическое значение, которое придается людьми определенным цветам или сочетаниям нескольких цветов.

Постоянно помещая в журнале фотографии, посвященные одним и тем же темам и сюжетам, редакция приучает читателей воспринимать их как своеобразные «символы» постсоветской России. Для читателей «Шпигеля» это, прежде всего: бедные граждане РФ (пенсионеры, бомжи, нищие) и так называемые «новые русские» (кутящие в ресторанах, ночных клубах и казино). Фотоизображение воспринимается как доказательство достоверности

сообщаемой информации, а частота публикаций как свидетельство обыденности явления.

В третьем параграфе на примере обложек журнала, посвященных российской тематике, где само местоположение материала в номере свидетельствует о его первостепенной важности для редакции, показана возможность извлечения из источника дополнительной информации, возникающей в результате синтеза изображений и текста в публикациях иллюстрированного журнала.

Анализ приёмов синтеза текста и изображения, концентрированно представленного на обложках журнала «Шпигель», позволил выявить те составляющие, посредством которых немецкие журналисты формируют у читателей образ России. Как «символы» - изображения современной России в публикациях постоянно присутствуют: военные, оружие, огонь, водка, деньги. В цветовом решении изобразительного ряда преобладают все оттенки красного, военный камуфляж, много черного и коричневого. На обложку журнала выносятся слова, приобретающие таким образом знаковое значение для видения немецкой аудиторией журнала России: КГБ, капитал, пропасть, кризис, опасность, война, преступность.

В третьей главе «Постсоветская Россия – взгляд из Гамбурга» автором предпринята попытка воссоздать целостный образ России, представленный на страницах журнала.

В первом параграфе рассмотрен самый большой тематический блок публикаций о России за 1994-2004 гг., посвященный российским политикам. Образ политического лидера государства воспринимается читателями как образ страны. О большинстве действующих на российской политической сцене лиц журналисты «Шпигеля» пишут в критическом ключе. Б.Н.Ельцин и В.В.Путин – наиболее часто упоминаемые в публикациях о России персоналии. О Б.Н.Ельцине сообщается, что он любит власть, равнодушен к спиртному и имеет слабое здоровье. В.В.Путин журнал представляет читателям как хладнокровного карьериста, в прошлом шпиона. Обоих

президентов «Шпигель» часто именует «царями», указывая тем самым на их властолюбие и склонность к авторитарным методам правления. На фотографиях Б.Н.Ельцин предстает больным и агрессивным, В.В.Путин – циничным и озлобленным.

Второй параграф посвящен отражению в «Шпигеле» темы вооруженного конфликта в Чеченской республике. Следует иметь в виду, что обычно в «Шпигеле» в надзаголовках публикаций в разделе «За рубежом» обозначено название государства, о котором идет речь в помещенном ниже материале. В публикациях же о событиях на территории Чеченской республики – субъекта Российской Федерации – читатель вместо слова «Россия» увидит «Чечня». Таким образом редакция сразу заявляет свою позицию: она не считает происходящее в Чеченской республике внутривнутриполитической проблемой России.

Публикации этого тематического блока носят негативную по отношению к России направленность. Позиция редакции отчётливо проявилась в лексике опубликованных материалов: «кровавая колониальная война России на Кавказе», «война, которую невозможно выиграть», «оккупация со стороны Москвы» и т.д. Военнослужащие вооруженных сил РФ для журналистов «Шпигеля» - «агрессоры», «завоеватели», «захватчики», «варвары».

Подавляющее число фотографий, сопровождающих публикации этого блока, показывает солдат федеральных войск на фоне военной техники, около разрушенных зданий, рядом с могилами однополчан. Преобладают чёрный, коричневый, серый, темно-зелёный цвета. Это цвета войны.

В третьем параграфе воссоздается картина российской повседневности, какой её видят читатели «Шпигеля».

Описывая различные стороны общественной жизни России, журналисты уделяют особое внимание её негативным проявлениям: «хаос и нужда», «повсюду нищета», «безработица», «демографический кризис», «бесчеловечная, безжалостная правовая система», «гигиена в

катастрофическом состоянии», «средневековая система здравоохранения», «страна наводнена наркотиками», «учителя, учёные и военные не могут прокормить свои семьи» и т.п. На фотографиях - маргинальные элементы общества: бездомные, наркоманы, алкоголики, проститутки.

В публикациях, посвященных российско-германским отношениям, значительное место занимает тема положения Калининградской области РФ. В «Шпигеле» сообщается о «растущей изоляции русского анклава на Балтийском море», «упадочном состоянии экономики области», «социальной напряжённости», «безработице и депрессии» и о «надежде на Европу». Несколько раз публикуется географическая карта, где названия населенных пунктов Калининградской области представлены в двух версиях – современной и воспроизводящей названия этих же населенных пунктов в составе Германского государства, существовавшего до 1945 г. Так журналисты напоминают немецким читателям о том, что некогда эта территория была частью Германии.

В экономическом отношении современная Россия для «Шпигеля» – это страна, «доля которой в мировой торговле составляет примерно 2%, что сопоставимо с показателем Бельгии». Но поскольку Германия является вторым (после США) прямым инвестором в российскую экономику и крупнейшим внешнеторговым партнером России, любые колебания на российском рынке непосредственно затрагивают и интересы немецких предпринимателей.

В тематическом блоке «Экология» большинство статей посвящено проблеме хранения и переработки в России атомных отходов. Читателю внушают – Россия не в состоянии обеспечить сохранность и безопасность своих атомных станций и мест хранения отходов, повторение трагедии Чернобыля – лишь вопрос времени. «Шпигель» пугает читателя «традиционным русским безрассудством и халатностью», чреватými непредсказуемыми последствиями в условиях экономических и социальных проблем постсоветской России. Единственное русское слово, переданное

латиницей в данном блоке: «атомщики». Между тем, слово «Чернобыль» упоминается 197 раз (во всем массиве публикаций – 320 раз).

Российская наука представлена публикациями о «былой мощи» и «былом блеске» великой космической державы и ее нынешней «нищете в космосе». С текстовой составляющей публикаций коррелирует изобразительный ряд – стартовые площадки, заросшие бурьяном, готовые к старту ракеты на фоне свалки мусора.

Публикации о российском спорте посвящены главным образом теннису, точнее выдающимся российским теннисистам и теннисисткам, а также шахматистам – Гарри Каспарову и Владимиру Крамнику. Большинство героев публикаций «Шпигеля» - спортсмены, живущие, тренирующиеся и выступающие на Западе.

О российской культуре читатели узнают главным образом из интервью корреспондентов журнала с современными отечественными писателями. Корреспонденты спрашивают о творческих планах и обязательно о политике, о цензуре, об отношении к президенту и о политическом будущем России. Почти всегда - о В.И.Сталине. Иногда интересуются, не хотел бы тот или иной писатель эмигрировать на Запад. Писатели говорят об усилении цензуры, об авторитарных тенденциях во власти, о равнодушии российского общества ко всему происходящему, о том, что люди меньше стали читать и т.д. Журналисты «Шпигеля» не спрашивают российского писателя о литературе или искусстве, две трети интервью - о политике. При этом обычно делается попытка провести параллель между политикой И.В.Сталина и политикой В.В.Путина.

Так для немецкого читателя создается негативный образ России.

В заключении подводятся основные итоги исследования.

В диссертации впервые в отечественной историографии специально изучена история влиятельного немецкого иллюстрированного журнала «Шпигель», выявлены основные направления редакционной политики этого издания и факторы, определяющие отбор и характер публикуемых материалов

о России. По словам главного редактора журнала Штефана Ауста, читатели желают, чтобы их «приводили к определенным выводам», но при этом у них не должно возникать впечатление, что им пытаются навязать ту или иную точку зрения. Решая эту двуединую задачу, журналисты «Шпигеля» стремятся «важные и актуальные темы для России подавать в такой упаковке и в таком виде, в котором немцы это воспримут и с удовольствием прочитают», - разъяснил автору диссертации руководитель корпункта «Шпигеля» в Москве Вальтер Майер. «Конечно, - продолжил он, - немцы слишком часто слышат об отдельных сторонах российской действительности – преступность, коррупция, "новые деньги", бедность». В результате одностороннего отбора тем публикаций образ России «в немецкой прессе негативен».

Очевидно, что такой подход создателей журнала сказывается на его информационном потенциале как исторического источника. Редакция формирует для читателей сообщение, в которое включает наряду с информацией, которая заведомо будет получена читателями, также информацию, неочевидную для массовой аудитории журнала. Публикация в журнале служит каналом для передачи сообщения читателю. Получатель сообщения осознанно и неосознанно воспринимает переданную информацию. Профессиональное мастерство журналистов «Шпигеля» и авторитет этого издания способствуют тому, что создаваемый ими образ России становится для многих в Германии не вызывающим сомнений.

Главным источниковедческим итогом проведённого исследования стала выработка авторской методики работы с иллюстрированным еженедельным журналом как историческим источником с целью выявления тех средств и тех приёмов, при помощи которых сотрудники журнала «Шпигель» создают у читателей представление о российской действительности.

Такими средствами и приёмами подачи информации являются: целенаправленный отбор тем публикаций; акцентирование направленности информации, непосредственно содержащейся в текстах публикаций – в заголовках и подзаголовках; выделенные шрифтом фрагменты текста

(выносы); массивное использование в тексте поддающихся неоднозначной расшифровке образных определений и по-преимуществу негативных по отношению к России и русским оценочных суждений, образующих широкое поле для языкового манипулирования; тщательный подбор и строго дозированное в зависимости от темы публикации включение в тексты слов и аббревиатур русского языка, набранных латиницей; изобразительные материалы – фотографии, коллажи и информационная графика; вёрстка - композиционное и цветовое решение полос и разворотов страниц журнала. При этом каждое из перечисленных средств несёт читателю, наряду с выраженной (очевидной, воспринимаемой на уровне сознания), также информацию скрытую (не очевидную, воспринимаемую на уровне подсознания).

Комплексное изучение опубликованных материалов, как удалось показать, позволило в каждом конкретном случае извлекать из них дополнительную информацию. Особенно значительный пласт скрытой информации был выявлен в результате анализа взаимосвязей: составляющих заголовочных комплексов (заголовков и подзаголовков статей); изобразительных материалов и подписей под ними; фотоизображений, размещенных на одном развороте и т.д.

На материалах девяти тематических групп, в которые были объединены 667 публикаций 1994 – 2004 гг. о России и русских, прослежены составляющие создаваемого журналистами «Шпигеля» образа постсоветской России.

Установлено, что в журнале воспроизводятся и пропагандируются многие стереотипы представлений о России, сформировавшиеся и закрепившиеся в сознании немцев в XVIII-XX веках. По-прежнему сохраняется образ опасной для Германии гигантской страны. Подчеркивается якобы исконная её агрессивность. Угроза, якобы исходящая от России – центральная тема, красной нитью проходящая сквозь весь массив публикаций

«Шпигеля» о России. Характер этой угрозы в интерпретации журналистов «Шпигеля» на протяжении десяти лет меняется.

Вплоть до начала первой чеченской кампании опасность исходила, как утверждали немецкие журналисты, из совокупности двух аспектов российской действительности: унаследованного от СССР экономического и социального кризиса и сохранившейся ядерной мощи. В 1994 г. «Шпигель» убеждал читателей в вероятности военной экспансии России на Запад, а значит – и в Германию. С начала 1995 г., то есть после первого обострения чеченского конфликта, журнал уже не пишет о прямой военной угрозе Западу, теперь речь идет о возможных негативных последствиях от эскалации кризиса на Кавказе. В 1997 г. «Шпигель» предупреждает читателей об угрозе со стороны «русской мафии», которая якобы угрожает спокойной жизни и благосостоянию немецких граждан. В 1998 г. журнал пророчит негативные последствия для мировой экономики из-за дефолта в России. В начале первого президентского срока В.В.Путина журналисты «Шпигеля» вновь переориентируют читателя в отношении опасности, якобы исходящей от России и русских. Теперь корень зла им вновь видится в экономической отсталости и нестабильности страны, всё ещё сохраняющей ядерную мощь. Эта постоянная глобальная угроза с конца 2003 г., по оценке «Шпигеля», приобретает для Запада особо опасные черты в связи с отходом руководства России от демократических ценностей и возрастанием влияния спецслужб во властных структурах страны.

Очевидно, что такой образ России пристрастен. Как известно, степень объективности информации в историческом источнике определяется целью, для которой её создатели фиксировали те или иные сведения о действительности. При этом субъективные искажения информации могут быть весьма существенны. В диссертации на примере публикаций в немецком журнале «Шпигель» раскрыт механизм и показаны масштабы манипуляции сознанием читателя современного иллюстрированного информационно-политического периодического издания.

В приложения включены: текст интервью автора с Вальтером Майером – руководителем корреспондентского бюро «Шпигеля» в Москве; разработанная автором диссертации карточка учёта публикаций, а также примеры её заполнения; репродукции обложек журнала «Шпигель», посвященные российской тематике; список слов и словосочетаний русского языка, воспроизведенных латиницей, с указанием частоты их встречаемости в публикациях 1994-2004 гг.

Публикации по теме диссертации.

1. **Черненко Е.В. Образ России в немецком еженедельнике «Шпигель» (по материалам публикаций 2000 – 2004 гг.) // Вестник Московского Университета, Серия 8. История. – 2008. – №5. –С. 80-89 (Журнал входит в перечень изданий, утвержденный ВАК).**
2. Черненко Е.В. Страницы биографии издателя журнала «Шпигель» Рудольфа Аугштайна / Новейшая история Германии. Труды молодых ученых [сборник] / Сост. Б. Бонвеч, Б. Орлов, А. Синдеев. М., 2007. С.204-213.